

**PENYUSUNAN DOKUMEN STRATEGI PROMOSI
DI INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN**



Laporan Aktualisasi Nilai-Nilai Dasar ASN
di Institut Teknologi Kalimantan
Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil

Disusun oleh:

Nama : M. Gilvy Langgawan Putra, S.Kom., M.MT
NIP : 199405112019031010
Jabatan : Dosen Asisten Ahli
Unit Kerja : Institut Teknologi Kalimantan
Angkatan : XII
Nomor Presensi : 21
Mentor : Nurul Widiastuti, S.Si., M.Si., Ph.D.
Coach : Ika retna Ningrum, S.Pd., MPP

Pusat Pelatihan dan Pengembangan dan Kajian Desentralisasi dan
Otonomi Daerah
Lembaga Administrasi Negara
Samarinda
2020

LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN AKTUALISASI

Judul : Penyusunan Dokumen Strategi Promosi Institut
Teknologi Kalimantan
Nama : M. Gilvy Langgawan Putra, S.Kom.,M.MT
NIP : 199405112019031010
Angkatan : XII
Nomor Presensi : 21
Jabatan : Dosen Asisten Ahli
Unit Kerja : Institut Teknologi Kalimantan

Samarinda, 29 Juli 2020

Coach,

Mentor,



Ika Retna Ningrum, S.Pd.,MPP
NIP 198503232008041001



Nurul Widiastuti, S.Si., M.Si., PhD
NIP 197104251994122001

Narasumber,

Rokip Purnomo, SE

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Aktualisasi Nilai-nilai Dasar PNS yang berjudul:

“Penyusunan Dokumen Strategi Promosi Di Institut Teknologi Kalimantan”

Laporan aktualisasi ini berisi uraian rencana kegiatan yang mengimplementasikan nilai-nilai dasar ASN yaitu Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu dan Anti Korupsi (ANEKA) serta peran dan kedudukan ASN yang meliputi Manajemen ASN, Whole of Government, dan Pelayanan Publik yang akan dilakukan oleh penulis selama masa habituasi di Institut Teknologi Kalimantan.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu tersusunnya Laporan aktualisasi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Dr. Adi Suryanto M.Si sebagai Kepala Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia
2. Bapak Dr. Mariman Darto, M.Si. Sebagai Kepala Puslatbang KDOD LAN Samarinda
3. Ibu Nurul Widiastuti, S.Si., M.Si., PhD sebagai Wakil Rektor bidang Akademik Institut Teknologi Kalimantan, sekaligus sebagai mentor yang telah memberikan arahan, motivasi, dukungan, dan bimbingannya.
4. Ibu Ika Retna Ningrum, S.Pd., MPP. sebagai *Coach* yang telah membimbing, memfasilitasi, dan memotivasi penulis dalam penyusunan Laporan aktualisasi kegiatan selama pelatihan dasar CPNS.
5. Bapak Rokip Purnomo, S.E sebagai Narasumber yang memberikan ilmu bermanfaat.

6. Bapak dan Ibu Widyaiswara yang telah memberikan ilmu tentang implementasi dan internalisasi wawasan kebangsaan, nilai-nilai ANEKA, serta peran dan kedudukan ASN selama pelatihan dasar CPNS.
7. Seluruh panitia penyelenggara Pelatihan Dasar CPNS Golongan III Puslatbang KDOD LAN Samarinda.
8. Rekan-rekan Peserta Pelatihan Dasar Golongan III CPNS Angkatan XII 2020 yang sangat luar biasa dan menginspirasi penulis selama menjalani seluruh kegiatan pelatihan dasar CPNS.
9. Rekan-Rekan di Institut Teknologi Kalimantan yang telah membantu penulis.
10. Orang tua dan keluarga penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Laporan aktualisasi ini. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan Laporan aktualisasi ini. Semoga Laporan aktualisasi ini dapat diaktualisasikan dan memberikan manfaat yang besar bagi semua pihak yang membutuhkan.

Samarinda, 29 Juli 2020

Penulis,

M. Gilvy Langgawan Putra,
S.Kom.,M.MT.

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	vii
Daftar Gambar	viii
BAB 1. Pendahuluan.....	10
A. Latar Belakang.....	10
B. Tujuan Aktualisasi.....	11
C. Manfaat Aktualisasi.....	12
D. Nilai-Nilai ANEKA.....	12
E. Tugas dan Fungsi PNS.....	14
BAB 2. Deskripsi Organisasi.....	16
A. Profil Organisasi.....	16
B. Visi, Misi, Tujuan dan Nilai-nilai Organisasi	17
C. Tugas dan Fungsi Unit Kerja.....	20
D. Jabatan dan Uraian Tugas.....	20
E. Identifikasi Isu-Isu	22
BAB 3. Laporan Aktualisasi.....	27
A. Penetapan Isu.....	27
B. Gagasan Pemecahan Isu.....	38
C. Uraian Laporan Kegiatan Aktualisasi	40
D. Jadwal Laporan Aktualisasi.....	48
BAB 4. Implementasi Aktulisasi.....	49
A. Kegiatan Melakukan Survey kepada Masyarakat untuk menentukan media promosi.....	49
B. Melakukan Analisis kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan dalam promosi ITK.....	57
C. Melakukan Analisis SWOT dan Penyusunan strategi Promosi ITK	63
D. Evaluasi dan sosialisasi kepada tim Promosi ITK.....	66

E.	<i>Role Model</i>	70
BAB 5.	PENUTUP	72
A.	Kesimpulan	72
B.	Saran	72
	Daftar Pustaka	47
	LAMPIRAN.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nilai dan Indikator ANEKA.....	14
Tabel 2.1 Uraian tugas tambahan	21
Tabel 2.2 Isu yang Diangkat.....	22
Tabel 2.3 Keterkaitan isu dengan kedudukan & peran ASN.....	24
Tabel 2.4 Analisis Dampak Apabila Isu Tidak Diselesaikan	25
Tabel 3.1 Hasil Analisis USG terhadap Isu-isu.....	27
Tabel 3.2 Gagasan Pemecahan Isu	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Institut Teknologi Kalimantan.....	16
Gambar 2.2 Struktur Organisasi ITK	18
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Prodi Sistem Informasi	19
Gambar 2.4 Hasil Identifikasi Isu.....	23
Gambar 3.1 Kunjungan Ke Sekolah	28
Gambar 3.2 ITK <i>Open House</i>	29
Gambar 3.3 ITK <i>Open House</i>	30
Gambar 3.4 Billboard ITK.....	30
Gambar 3.5 Data Pendaftar ITK Jalur SNMPTN	31
Gambar 3.6 Data Pendaftar ITK Jalur SBMPTN	32
Gambar 3.7 Data Akreditasi A Sekolah Siswa ITK.....	32
Gambar 3.8 Data Akreditasi Sekolah Siswa ITK	33
Gambar 3.9 Distribusi UKT Angkatan 2016.....	34
Gambar 3.10 Distribusi UKT Angkatan 2017.....	35
Gambar 3.11 Distribusi UKT Angkatan 2018.....	35
Gambar 3.12 Distribusi UKT Angkatan 2019.....	35
Gambar 3.13 Asal Daerah Pendaftar ITK.....	37
Gambar 3.14 Hasil Identifikasi Isu.....	38
Gambar 4.1 Hasil Identifikasi Isu.....	50
Gambar 4.2 Hasil Identifikasi Isu.....	50
Gambar 4.3 Hasil Identifikasi Isu.....	51
Gambar 4.4 Sebaran Provinsi Responden	52
Gambar 4.5 Jenis Kelamin Responden	52
Gambar 4.6 Rentang Usia Responden.....	53
Gambar 4.6 Rentang Usia Responden.....	53
Gambar 4.8 Pengetahuan Tentang ITK.....	53
Gambar 4.9 Saran Media Digital	53
Gambar 4.10 Feedback Media Promosi.....	54
Gambar 4.11 Saran Media Konvensional.....	54

Gambar 4.12 Media Presentasi	55
Gambar 4.13 Notulensi.....	55
Gambar 4.14 Aktivitas Kegiatan 1	56
Gambar 4.15 Aktivitas Kegiatan 1	56
Gambar 4.16 Undangan Diskusi.....	57
Gambar 4.17 Analsisi data Aktualisasi	58
Gambar 4.18 Persiapan pembersihan Data	58
Gambar 4.19 Persiapan analisis Data	59
Gambar 4.20 Analsis Data Kondisi Saat ini dan Yang diharapkan	59
Gambar 4.21 Rekaman Video Saat Diskusi Analisis Kondisi Saat ini dan yang diharapkan.....	60
Gambar 4.22 Notulen Rapat.....	62
Gambar 4.23 Draft Dokumen	62
Gambar 4.24 Persiapan Bahan Rapat.....	63
Gambar 4.25 Analisis SWOT.	64
Gambar 4.26 Studi Literatur Promosi.	65
Gambar 4.27 Studi Literatur Promosi	65
Gambar 4.28 Penyusunan Dokumen Strategi	66
Gambar 4.29 Mengundang Tim Promosi hasil Dokumen Strategi ITK.	67
Gambar 4.30 Menyiapkan Bahan Rapat	67
Gambar 4.31 Menyiapkan Bahan Rapat	68
Gambar 4.32 Kritik dan Saran Perbaikan	69
Gambar 4.33 Dokumen Startegi Promosi ITK.	69
Gambar 4.34 Tepat Waktu	70
Gambar 4.35 Nadiem Anwar Makarim, B.A., M.B.A	70

BAB 1.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan Undang-undang No. 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara (ASN) dan juga berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 11 Tahun 2017, yang menyebutkan Aparatur Sipil Negara atau Pegawai Negeri Sipil (PNS) mempunyai dan menguasai bidang tugasnya sehingga mampu melaksanakan tugas dan perannya secara profesional yang memiliki karakter sebagai pelayan publik atau pelayan masyarakat. Selain itu ASN juga harus memiliki kompetensi-kompetensi teknis, manajerial dan kultural untuk menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik dan berkualitas. ASN juga harus memiliki wawasan kebangsaan serta menerapkan nilai-nilai bela negara, selain itu dalam bentuk reformasi ASN untuk mewujudkan nilai akuntabel dan berorientasi kepada pelayanan publik serta mengepentingkan negara dan masyarakat, maka ASN harus bersikap profesional, bebas dari intervensi politik, bersih dari KKN, serta mampu memiliki nilai integritas yang tinggi sehingga dapat membawa perubahan yang baik bagi Negara Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Merujuk kepada Peraturan Lembaga Administrasi Negara No. 12 Tahun 2018, yang membahas Pelatihan Dasar Calon Pegawai Negeri Sipil, yang mana pelaksanaan latsar sesuai dengan peraturan tersebut. Pelatihan dasar Calon Pegawai Negeri Sipil merupakan cara untuk mewujudkan ASN untuk membentuk atau memiliki nilai profesional, integritas, kejujuran, semangat bela negara, membentuk karakter ASN yang unggul dan memperkuat kompetensi bidang agar ASN dapat meningkatkan mutu sesuai bidangnya.

Sistem Pembelajaran pada Pelatihan Dasar CPNS Golongan III Angkatan XII LAN KDOD Samarinda, dilaksanakan secara daring,

yang mana menuntut CPNS dapat menerapkan nilai-nilai profesi ASN yaitu Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu dan Anti Korupsi atau yang biasanya disingkat dengan ANEKA. Dengan adanya proses pembelajaran aktualisasi, kita dapat menerapkan nilai-nilai dasar ANEKA pada pelaksanaan aktualisasi yang sudah dirancang oleh peserta LATSAR CPNS LAN KDOD Samarinda.

Kegiatan aktualisasi ini akan dilaksanakan di instansi peserta CPNS yaitu di Institut Teknologi Kalimantan di Kota Balikpapan, selaku unit kerja dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, ITK merupakan perguruan tinggi negeri yang baru dan berfokus kepada bidang teknologi untuk kebutuhan dunia industri. ITK didirikan pada tahun 2014 dan telah memiliki 17 program studi pada tahun 2020, dibawah 5 Jurusan. ITK diharapkan dapat meningkatkan dari segi Pendidikan yang meliputi pengetahuan dan keterampilan SDM yang akan memberikan manfaat bagi bangsa Indonesia.

ITK menjadi perguruan tinggi negeri baru yang ada di kota Balikpapan, tentunya banyak isi dan tantangan yang dihadapi untuk mencapai visi, misi, tujuan dan target kinerja instansi atau ITK. Perbaikan dalam beberapa aspek harus dilakukan untuk mewujudkan visi misi institut. Melalui kegiatan aktualisasi ini, akan mendapatkan isu-isu yang dihadapi oleh Institut Teknologi Kalimantan, salah satu isu yang menjadi permasalahan di ITK adalah belum adanya strategi promosi. Didalam Laporan aktualisasi CPNS ini akan mengemukakan gagasan pemecahan masalah yang didalamnya akan menerapkan nilai-nilai Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu dan Anti Korupsi (ANEKA).

B. Tujuan Aktualisasi

Adapun Tujuan Aktualisasi terdiri dari :

1. Sebagai Bentuk Penerapapan Nilai-nilai Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu dan Anti Korupsi (ANEKA).
2. Menerapkan Nilai-nilai Wawasan Kebangsaan, Manajemen ASN, *Whole of Government*, dan pelayanan publik.
3. ASN dapat memahami peran, kedudukan, tugas, dan fungsinya.
4. Terciptanya rasa tanggung jawan dilingkungan kerja yang ideal.

C. Manfaat Aktualisasi

Adapaun Manfaat Aktualisasi terdiri dari :

1. Mendapatkan nilai-nilai dasar ASN yang bermanfaat untuk pribadi ASN yang memiliki karakter, handal dan Profesional.
2. Mendapatkan Nilai-nilai Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu dan Anti Korupsi (ANEKA).
3. Kontribusi kepada Institut Teknologi Kalimantan pada Kegiatan Promosi.
4. Peningkatan Nilai-nilai promosi yang lebih terukur.
5. Sebagai syarat kelulusan Latsar CPNS dan meningkatkan kompetensi penulis.

D. Nilai-Nilai ANEKA

Sebagai perwujudan dalam fungsi Aparatur Sipil Negara (ASN) yaitu sebagai pelaksana kebijakan public, pelayanan publik, serta perekat dan pemersatu bangsa, maka ASN harus bersikap professional, kompeten dan berintegritas yang berkarakter ANEKA, yaitu memiliki nilai Akuntabilitas, Nasionalisme, Etika Publik, Komitmen Mutu dan Anti Korupsi adapaun penjelasan nilai-nilai Aneka:

a. Akuntabilitas

Akuntabilitas merupakan kesamaan makna dengan tanggung jawab, namun memiliki konsep yang berbeda, sehingga

akuntabilitas dapat diartikan sebagai kewajiban pertanggung jawaban yang harus dicapai.

b. Nasionalisme

Nasionalisme merupakan pemahaman nilai-nilai berbangsa dan bernegara. Nasionalisme memiliki beberapa nilai yaitu kecintaan individu terhadap bangsanya. Setiap ASN harus memiliki jiwa nasionalisme, untuk menjaga keutuhan NKRI. Dan nilai tersebut harus dijaga karena fungsi ASN sebagai pejabat publik.

c. Etika Publik

Etika Publik Merupakan refleksi tentang standar dan norma yang menentukan baik dan buruk, benar atau salah terhadap perilaku, tindakan dalam pengambilan keputusan untuk mengarahkan kebijakan public dalam hal menjalankan tanggung jawab pelayanan publik.

d. Komitmen Mutu

Bersikap Pemerintahan yang baik dan bersih atau disebut dengan GCG (*Good and Clean Governnace*), sudah sebuah reformasi di era reformasi birokrasi. Berbagai upaya pun sudah dilakukan pemerintah dalam mewujudkan komitmen tersebut. Komitmen mutu merujuk kepada pemahaman konsep mengenai efektivitas, efisiensi, inovasi, dan mutu penyelenggara pemerintah.

e. Anti Korupsi

UU tentang Korupsi yang tercantum pada No. 31 Tahun 1999, Korupsi merupakan suatu tindakan memperkaya diri sendiri, orang lain atau korporasi, menguntungkan diri sendiri, menyalahgunakan kewewenangan, kesempatan atau sarana dan memberi hadiah atau janji yang dapat merugikan keuangan negara.

Dari penjelasan Nilai ANEKA tersebut, maka dapat kita petakan antara Nilai didalam penerapan ANEKA, ditunjukan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1 Nilai dan Indikator ANEKA

ANEKA	NILAI
Akuntabilitas	Tanggungjawab, Jujur, Kejelasan Target, Netral, Mendahulukan kepentingan publik, Adil, Transparan, Konsisten, Partisipatif
Nasionalisme – Sila 1	Religius, Toleran, Etos kerja, Transparan, Tanggung jawab, Amanah, Percaya diri
Nasionalisme – Sila 2	Humanis, Tenggang rasa, Persamaan derajat, Saling menghormati, Tidak diskriminatif
Nasionalisme – Sila 3	Cintah tanah air, Rela berkorban, Menjaga ketertiban, Mengutamakan kepentingan publik, Gotong royong
Nasionalisme – Sila 4	Musyawaharah mufakat, Kekeluargaan, Menghargai pendapat, Bijaksana
Nasionalisme – Sila 5	Bersikap adil, Tidak serakah, Tolong menolong, Kerja keras, Sederhana
Etika Publik	Jujur, Bertanggung jawab, Integritas tinggi, Cermat, Disiplin, Hormat, Sopan, Taat pada peraturan perundang-undangan, Taat perintah, Menjaga rahasia.
Komitmen Mutu	Efektivitas, Efisiensi, Orientasi Mutu, Inovatif
Anti Korupsi	Jujur, Disiplin, Tanggung jawab, Kerja keras, Sederhana, Mandiri, Adil, Berani, Peduli

Tabel 1.1 Menjelaskan isi-isi nilai dalam ANEKA, yang mana Akuntabilitas memiliki nilai seperti tanggung jawab, jujur, kejelasan target, kemudian Nilai Nasionalisme dibagi sesuai 5 Sila sebagai ideologi negara Republik Indonesia, kemudian Etika Publik memiliki nilai seperti disiplin, taat perintah, menjaga rahasia, Komitmen Mutu memiliki nilai efektivitas, efisien, orientasi mutu, dan inovatif, dan nilai terakhir yaitu Anti Korupsi memiliki nilai sederhana, mandiri, adil serta peduli.

E. Tugas dan Fungsi PNS

Tugas dan Fungsi sebagai seorang Pegawai Negeri Sipil atau Aparatur Sipil Negara meliputi beberapa hal, yaitu sebagai Pelayanan Publik, Manajemen ASN dan *Whole of Government*. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

- **Pelayanan Publik**

UU No.25 Tahun 2009 yang membahas tentang Pelayanan Publik dan di atur dalam UU tersebut, memiliki tujuan untuk meningkatkan kualitas dan menjamin penyediaan pelayanan publik sesuai dengan asas umum pemerintahan dan korporasi yang baik serta untuk memberikan perlindungan bagi setiap warna negara dan pendudukan dari penyalahgunaan wewenang didalam

penyelenggaraan pelayanan publik. Adapun asas-asas pelayanan publik antara lain Transparansi, Akuntabilitas, Kondisional, Partisipatif dan Keamanan HAK.

- Manajemen ASN

Aturan Manajemen ASN diatur dalam UU dan PP, yaitu UU No. 5 Tahun 2014, PP No. 17 Tahun 2020, PP No.49 tahun 2018, dan PP No. 30. Tahun 2019. Terdiri dari Aparatur Sipil Negara, Manajemen PNS, Manajemen PPPK dan Penilaian Kinerja PNS. Manajemen ASN yaitu mengelola ASN berfungsi untuk menghasilkan ASN yang professional, memiliki Nilai dasar, etika profesi bebas dan intervensi politik, bersih dari praktik korupsi, kolusi dan nepotisme. Dalam manajemen ASN juga lebih ditekankan kepada pengaturan profesi pegawai sehingga tersedianya ASN yang unggul.

- *Whole of Government (WOG)*

Whole of Government merupakan sebuah pendekatan penyelenggaraan dipemerintahan dengan menyatukan upaya-upaya yang kolaboratif dari semua sector diruang lingkup yang lebih luas untuk mencapai tujuan pembangunan kebijakan, manajemen program, dan pelayanan publik. Praktek WOG dalam pelayana publik dilakukan dengan menyatukan seluruh sector yang terkait dengan pelayan publik berdasarkan nilai-nilai dasar yang ada, seperti koordinasi, Integrasi, sinkronisasi dan simplikasi.

BAB 2.

DESKRIPSI ORGANISASI

A. Profil Organisasi

Institut Teknologi Kalimantan (ITK) Merupakan Perguruan Tinggi Negeri Dilingkungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yang dulunya dibawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, ITK berada di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur.



Gambar 2.1 Logo Institut Teknologi Kalimantan

Sesuai Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yaitu No. 40 Tahun 2015 tentang organisasi dan Tata Kerja (OTK) ITK. ITK mempunyai tugas dalam penyelenggaraan Pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan Pendidikan vokasi dalam beberapa rumpun ilmu pengetahuan dan teknologi, dan jika memenuhi syarat maka akan membuka Pendidikan profesi.

Pendaftar di ITK setiap tahunnya mengalami naik turun pendaftar, yaitu dimulai tahun 2016 melalui jalur SNMPTN total pendaftar di ITK sebanyak 3029, kemudian ditahun 2017 sebanyak 2629, ditahun 2018 sebanyak 2834 dan ditahun terakhir yaitu 2019 sebanyak 1026.

B. Visi, Misi, Tujuan dan Nilai-nilai Organisasi

Visi, Misi dan Tujuan Institut Teknologi Kalimantan

Visi, Misi dan tujuan Insitut Teknologi Kalimantan tercantum dalam peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 6 Tahun 2017 tentang Statuta di Institut Teknologi Kalimantan.

Visi ITK:

“Menjadi Perguruan tinggi yang unggul dan berperan aktif dalam pembangunan nasional melalui pemberdayaan potensi daerah Kalimantan pada tahun 2035”

Misi ITK :

1. Menghasilkan lulusan yang unggul dan berbudi pekerti luhur yang dapat berkontribusi dalam pembangunan nasional;
2. Menghasilkan karya Tridharma Perguruan Tinggi yang bermutu dan bermanfaat bagi masyarakat ; dan
3. Memberikan layanan pendidikan tinggi yang prima dengan berdasarkan prinsip pengelolaan organisasi yang transparan, akuntabel, responsibel, adil dan kredibel
4. Mewujudkan ITK sebagai kampus merdeka

Tujuan ITK adalah

1. Menghasilkan sumber daya manusia yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi bagi kemanusiaan;
2. Mewujudkan ketahanan energi nasional yang ramah lingkungan melalui inovasi teknologi berbasis potensi daerah Kalimantan; dan
3. Mewujudkan teknologi pengelolaan sumber daya alam Kalimantan yang mendorong kemajuan ekonomi masyarakat.

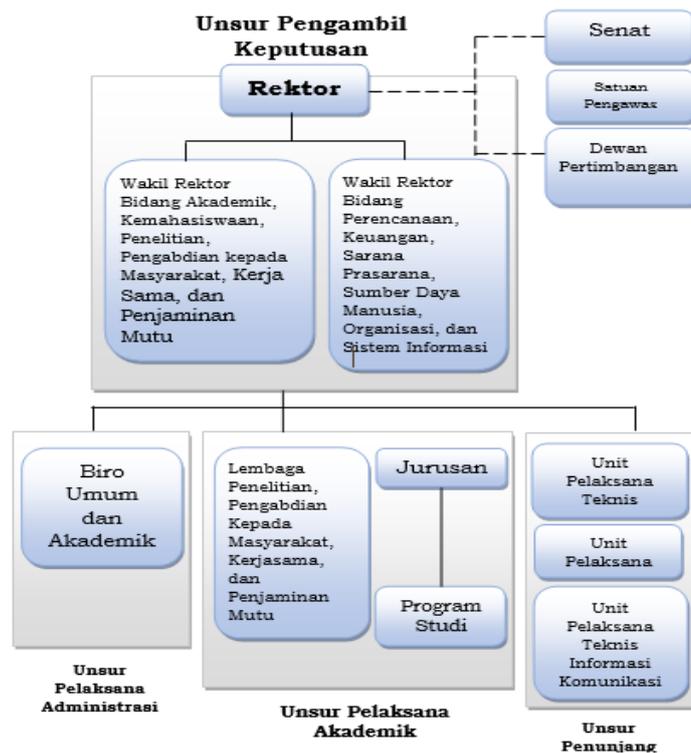
Nilai-nilai Organisasi

Institut Teknologi Kalimantan dalam pelaksanaan organisasi memiliki nilai-nilai yang ditanamkan di ITK, yaitu nilai-nilainya adalah SPECTA yang memiliki arti sebagai berikut:

- S** = Solid
- PE** = Peduli
- C** = Cerdas
- TA** = Taqwa

Unit Kerja di Institut Teknologi Kalimantan

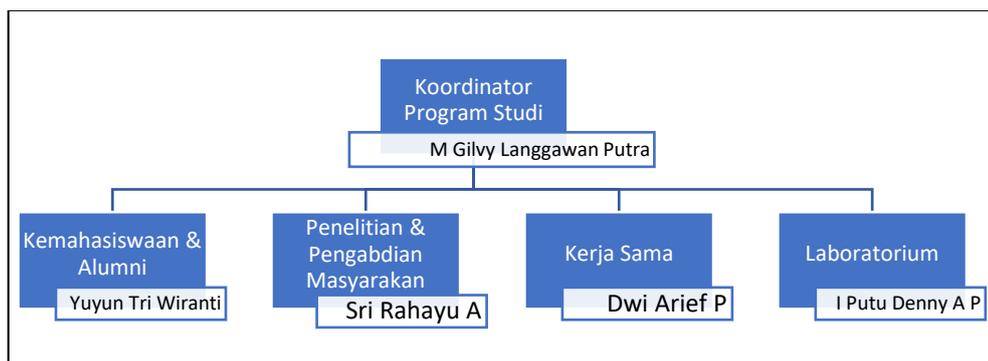
Institut Teknologi Kalimantan sejak didirikan pada tahun 2015, bertujuan untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat di Indonesia bagian timur khususnya di Kalimantan dibidang Sains dan Teknologi. Pada tahun 2012 ITK memulai perkuliahan bekerjasama dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan menerima mahasiswa sebanyak 100 mahasiswa, yang awalnya didistribusikan ke 5 program studi yaitu Teknik Elektro, Teknik Mesin, Teknik Perkapalan, Teknik Kimia dan Teknik Sipil.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi ITK

Kemudian ITK hingga saat 2019 Memiliki 14 Program Studi, dan ditahun ini ITK menambah 3 program studi baru, sehingga total program studi yang ada di ITK sebanyak 17 program studi. Adapun struktur organisasi ITK ditujukan pada Gambar 2.2.

Gambar 2.2 merupakan ilustrasi struktur organisasi ITK yang dijelaskan dalam Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi no 40 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja (OTK) ITK. Secara umum, terdapat 4 unsur dalam struktur organisasi ITK, yaitu unsur pengambil keputusan, unsur pelaksana administrasi, unsur pelaksana akademik, dan unsur penunjang. Jurusan/Departemen adalah unsur Pelaksana Akademik di ITK, yang terdiri atas beberapa program studi dan mempunyai fungsi pengelolaan penggunaan sumber daya pendukung pada seluruh strata program studi dalam satu rumpun disiplin ilmu pengetahuan, teknologi dan/atau seni. Sementara program studi merupakan program yang mencakup kesatuan rencana belajar sebagai pedoman penyelenggaraan Pendidikan yang diselenggarakan atas dasar suatu kurikulum serta ditujukan agar peserta didik dapat menguasai pengetahuan, keterampilan, dan sikap sesuai dengan sasaran kurikulum.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Prodi Sistem Informasi

Dosen ITK dinaungi dalam program studi sesuai dengan kompetensi bidangnya masing-masing. Saat ini penulis ditempatkan sebagai dosen di program studi Sistem Informasi (prodi SI) dan ditugaskan sebagai Koordinator Akademik prodi SI. Struktur organisasi prodi SI dapat dilihat pada Gambar 2.1. Selain itu, penulis juga terlibat dalam kepanitian atau tugas tambahan semenjak 2019-2020 yaitu sebagai tim Promosi ITK, tim website ITK, tim Web Prodi.

C. Tugas dan Fungsi Unit Kerja

Institut Teknologi Kalimantan merupakan perguruan tinggi negeri dilingkungan kementerian Pendidikan dan kebudayaan, yang berlokasi di Kota Balikpapan, Provinsi Kalimantan Timur. Berdasarkan peraturan Menteri Riset , Teknologi dan Pendidikan Tinggi no 40 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja (OTK) ITK. ITK mempunyai kewajiban untuk menyelenggarakan Pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan Pendidikan profesi.

D. Jabatan dan Uraian Tugas

Jabatan dan uraian tugas Dosen diatur pada UU No. 14 Tahun 2005, yang mana dosen merupakan professional dan ilmuan dengan tugas utama yaitu mentransformasika, pengembangan, menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni melalui Pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat atau biasa disebut dengan Tridharma Perguruan Tinggi. Kewajiban dosen harus memiliki kualifikasi akademik, kompetensi, sertifikasi pendidik, sehat jasmani dan rohani, serta memenuhi kualifikasi lain yang menjadi prasyarat di satuan Pendidikan tinggi yang ditugaskan, serta memiliki kemampuan untuk menciptakan tujuan Pendidikan nasional. Berikut dosen memiliki kewajiban yang terdiri dari:

1. Melaksanakan kegiatan Tridharmapendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat
2. Merencanakan, melaksanakan proses pembelajaran, serta menilai dan mengevaluasi hasil pembelajaran
3. Meningkatkan dan mengembangkan kualifikasi akademik dan kompetensi secara berkelanjutan, sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni
4. Bertindak objektif dan tidak diskriminatif atas dasar pertimbangan jenis kelamin, agama, suku, ras, kondisi fisik tertentu, atau latar belakang sosioekonomi peserta didik dalam pembelajaran
5. Menjunjung tinggi peraturan perundang-undangan, hukum, dan kode etik, serta nilai agama dan etika

6. Memelihara dan memupuk persatuan dan kesatuan bangsa

Selain menjalankan tugas dan fungsi sesuai profesi dosen, penulis juga terlibat dalam beberapa kepentingan dan tugas tambahan. Adapaun detail uraian tugas tambahan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Uraian tugas tambahan

Posisi	Uraian Tugas
Koordinator Program Studi Sistem Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun program kerja dan rencana biaya operasional tahunan sebagai pedoman pelaksanaan tugas. 2. Menetapkan kebijakan anggaran dan merumuskan perencanaan, monitoring, dan pertanggungjawaban anggaran 3. Menentukan arah pengembangan sarana dan prasarana yang dibutuhkan program studi. 4. Menentukan arah kebijakan Sumber Daya Manusia 5. Memeriksa konsep beban tugas mengajar dosen setiap semester berdasarkan ketentuan yang berlaku untuk mengetahui kesesuaiannya. 6. Meneliti konsep rencana acara perkuliahan dan satuan acara perkuliahan berdasarkan ketentuan yang berlaku untuk mengetahui kecocokannya. 7. Memonitor pelaksanaan perkuliahan sebagai bahan evaluasi. 8. Mengevaluasi hasil pelaksanaan perkuliahan berdasarkan hasil monitoring untuk meningkatkan mutu. 9. Membimbing dan menilai kegiatan akademik mahasiswa untuk bahan pengembangan. 10. Menentukan dosen pembimbing bagi mahasiswa yang menyelesaikan tugas akhir berdasarkan petunjuk atasan untuk kelancaran tugas akhir. 11. Merumuskan kebijakan pengembangan penelitian, pengabdian masyarakat, dan publikasi 12. Melayani dosen yang melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan tugas dan keahliannya untuk kelancaran pelaksanaan tugas. 13. Mengembangkan dan mengelola kerjasama dengan stakeholders lainnya seperti perguruan tinggi, lembaga penelitian, LSM, lembaga pemerintah, dan swasta 14. Melaksanakan pembinaan akademik dosen program studi. 15. Melaporkan pelaksanaan kegiatan program studi sesuai dengan hasil yang telah dicapai sebagai pertanggungjawaban pelaksanaan tugas. 16. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh atasan
TIM Promosi ITK	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembuatan website program studi 2. Melakukan promosi ke sekolah-sekolah SMA, Pameran, booth.

Posisi	Uraian Tugas
	3. Melakukan promosi menggunakan social media 4. Melakukan promosi menggunakan Location Based Geographical.
TIM WEB ITK	1. Membangun website ITK 2. Melakukan install website ITK 3. Perawatan Website ITK 4. Serah terima website ITK

E. Identifikasi Isu-Isu

Penyusunan Laporan aktualisasi dengan menggunakan analisis masalah-masalah yaitu dengan mengidentifikasi dan penentuan isu. Isu yang akan dianalisa dalam Laporan aktualisasi ini adalah berdasarkan identifikasi yang terdiri dari :

1. Rencana Strategis ITK (2015-2025)
2. Hasil data pendaftaran ITK dari tahun 2016-2019
3. Matriks Penilaian Laporan Evaluasi dan Laporan Kinerja Program Studi, pada program sarjana.
4. Hasil observasi kegiatan promosi Tahun 2019-2020.
5. Hasil diskusi dengan mentor dan pimpinan Kepala Pusat Pengembangan Pendidikan.

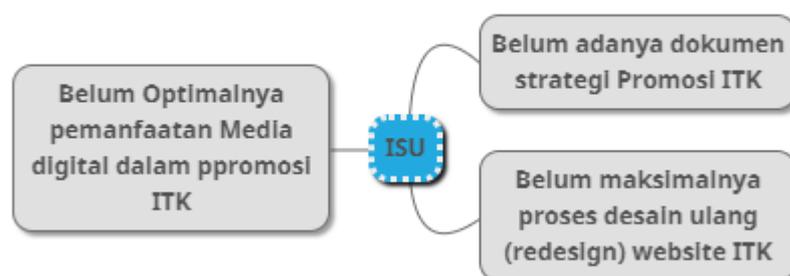
Dari Proses 5 identifikasi, maka penulis menarik beberapa isu yang akan dibahas, isu-isu tersebut ditunjukkan pada Tabel 2.2.

Tabel 2.2 Isu yang Diangkat

Isu Ke-	Isu yang diangkat	Penyebab	Dampak
Isu 1	Belum adanya dokumen strategi Promosi ITK	Pada saat sebelum tahun 2019, promosi ITK hanya menggunakan media konvensional seperti kunjungan langsung ke sekolah dan media cetak yaitu koran, namun seiring meningkatnya pengguna internet yang ada di Indonesia bahkan dunia, maka tidak mungkin lagi menggunakan media konvensional. Selain itu kurangnya pemahaman bagaimana pembuatan strategi digital marketing.	Tim promosi tidak dapat menentukan Teknik promosi apa yang sesuai dengan zaman sekarang, dan tidaknya ada alat untuk mengukur keberhasilannya.

Isu Ke-	Isu yang diangkat	Penyebab	Dampak
Isu 2	Belum Optimalnya pemanfaatan Media digital dalam ppromosi ITK	Penggunaan iklan secara konvensional, kemudian ketidak tahuan tim promosi bagaimana menggunakan digital marketing secara efektif dan efisien.	Tidak terjangkauanya pasar/ calon mahasiswa untuk mengetahui ITK lebih luas.
Isu 3	Belum maksimalnya proses desain ulang (<i>redesign</i>) website ITK	Pengelolaan website dan tidak ter manajemennya secara baik, yang mana pada awal pengembangannya web ITK hanya memiliki masalah, yang timbul dikarenakan tidak adanya dokumentasi pengembangannya.	Kurangnya Daya Tarik terhadap informasi yang ada di ITK, masyarakat beralih ke media yang lebih menarik seperti Instagram karena tampilannya menarik dan mudah dipahami, serta diakses.

Tabel 2.2 menunjukkan ada 3 isu yang mempunyai penyebab kenapa isu terjadi dan dampak terhadap isu tersebut, berikut isu yang didapatkan ditunjukkan pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4 Hasil Identifikasi Isu

Gambar 2.4 merupakan hasil dari identifikasi isu yang terdiri dari, Belum adanya dokumen strategi Promosi ITK, Belum Optimalnya pemanfaatan Media digital dalam ppromosi ITK dan Belum maksimalnya proses desain ulang (*redesign*) website ITK. Ke tiga isu tersebut tentunya berkaitan dengan kedudukan dan peran ASN dalam NKRI yang terdiri dari

Manajemen ASN, Pelayanan Publik dan *Whole of Government*. Keterkaitan antara isu dengan peran ASN dalam NKRI dapat dilihat rangkumannya pada Tabel 2.3.

Tabel 2.3 Keterkaitan isu dengan kedudukan & peran ASN

No	Identifikasi Isu	Kedudukan & Peran		
		Pelayanan Publik	Manajemen ASN	WoG
1	Belum adanya dokumen strategi Promosi ITK	ITK memberikan pelayanan berupa informasi mengenai ITK baik itu mahasiswa baru, mahasiswa juga bagi orang tua, sehingga informasi publik dapat didapatkan dengan mudah oleh masyarakat	Tim Promosi dapat menentukan target promosi yang ideal dan terukur.	Perencanaan Bersama TIM Promosi untuk perbaikan seluruh elemen promosi yang bisa dilakukan secara berulang dan terukur.
2	Belum Optimalnya pemanfaatan Media digital dalam ppromosi ITK	Media digital dapat meningkatkan kualitas promosi dan juga penyebaran informasi sehingga bisa menjangkau kalangan usia dan wilayah.	Tim Promosi dapat memanfaatkan social media dan alat-alat pemasaran digital untuk mendukung promosi ITK yang dapat diukur.	-
3	Belum maksimalnya proses desain ulang (<i>redesign</i>) website ITK	Website/aplikasi komponen yang sangat penting dalam menyediakan informasi yang mudah, murah serta efektif dan efisien	Dosen dan Humas dapat memberikan infoirmasi yang bermanfaat bagi masyarakat.	Kegiatan informasi di website melibatkan banyak pihak teruma kalangan masyarakat, industry dan instansi pemerinahan

Tabel 2.3 merupakan tabel keterkaitan isu dengan kedudukan dan peran ASN, yang mana dipetakan terhadap isu yang diangkat oleh penulis. Kemudian akan dilakukan anlisis dampak apabila Isu Tidak Diselesaikan. Ditunjukkan pada Tabel 2.4.

Tabel 2.4 Analisis Dampak Apabila Isu Tidak Diselesaikan

No	Identifikasi Isu	Kondisi Saat ini	Kondisi yang diharapkan	Dampak negatif jika isu tidak diselesaikan
1	Belum adanya dokumen strategi Promosi ITK	TIM Promosi sudah melaksanakan media promosi baik itu konvensional dan non konvensional, seperti kunjungan ke sekolah, billboard, banner, social media, koran. namun tidak adanya strategi yang jelas untuk segmen pasarnya.	TIM Promosi memiliki acuan untuk melakukan kegiatan promosi dan memiliki alat ukur keberhasilan dalam melaksanakan promosi untuk meningkatkan peminat di ITK. Sehingga dapat meningkatkan peminat yang masuk ke ITK sesuai matrik IAPS program sarjana yaitu >10%., sebaran ekonomi mahasiswa baru bisa bergeser ke kurva kanan yaitu selain kategori UKTI I, II dan III.	Terbuangnya investasi promosi dengan sia-sia, tidak tepatnya sasaran untuk promosi. Menurunnya antusiasme peminat di ITK. tidak mendapatkan mahasiswa yang berkualitas.
2	Belum Optimalnya pemanfaatan Media digital dalam ppromosi ITK	Pemanfaat media digital masih belum optimal, yang mana ada ketimpangan hanya banyak melalui Instagram saja, informasi yang diberikan di social media tidak sinkron dengan website ITK. Sehingga ada informasi yang hilang atau tidak didapatkan di media digital lainnya.	Dapat memanfaatkan media digital secara optimal, menggunakan manajemen system sehingga informasi 1 dapat disebarkan ke beberapa media social, dan melalui 1 pintu, sehingga layanan dan informasi diberikan lebih efisien dan efektif.	Tidak sinkronnya informasi yang diberikan, kurangnya pemahaman terhadap pelayanan. Proses pemberian informasi tidak menjangkau luas.

No	Identifikasi Isu	Kondisi Saat ini	Kondisi yang diharapkan	Dampak negatif jika isu tidak diselesaikan
3	Belum maksimalnya proses desain ulang (<i>redesign</i>) website ITK	Saat ini website ITK sudah bisa diakses pada laman www.itk.ac.id , website tersebut dapat memberikan informasi yang bisa digunakan untuk mengetahui informasi ITK, baik itu berita, pengumuman, informasi calon mahasiswa baru. Namun dari segi tampilan sangat tidak menarik, sehingga tidak bisa digunakan secara maksimal oleh masyarakat.	Adanya proses redesign untuk pengembangan lebih lanjut untuk memperbaiki tampilan dan fungsional website tersebut.	Informasi yang diberikan tidak menarik, kurangnya ketertarikan dalam membaca informasi ITK, dan proses layanan tidak efektif dan efisien.

BAB 3.

RANCANGAN AKTUALISASI

A. Penetapan Isu

Setelah melakukan identifikasi isu-isu yang terdapat pada unit kerja khususnya dibidang promosi ITK, maka selanjutnya akan dilakukan analisis dengan menggunakan metode USG (*Urgency, Seriousness* dan *Growth*) untuk mendapatkan isu prioritas atau isu yang diangkat. *Urgency* merupakan seberapa mendesak suatu isu harus dibahas, dianalisis dan ditindaklanjuti, *Seriousness* merupakan seberapa serius suatu isu harus dibahas dikaitkan dengan akibat yang akan ditimbulkan, dan *Growth* merupakan seberapa besar kemungkinan memburuknya isu tersebut jika tidak ditangani segera. Untuk mendapatkan tingkat USG maka penulis menggunakan skala likert yang bernilai 1-5. Dimana 1 nilai terendah dan 5 bernilai tertinggi. Isu yang memiliki nilai atau skor tertinggi merupakan isu yang diprioritaskan untuk diselesaikan pada Laporan aktualisasi ini. Hasil analisis isu menggunakan Kriteria USG dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1 Hasil Analisis USG terhadap Isu-isu.

No	Identifikasi Isu	U	S	G	Total
1	Belum adanya dokumen strategi Promosi ITK	5	5	5	15
2	Belum Optimalnya pemanfaatan Media digital dalam ppromosi ITK	3	3	3	9
3	Belum maksimalnya proses desain ulang (<i>redesign</i>) website ITK	4	4	4	12

Tabel 3.1 merupakan analisis USG yang telah digunakan untuk menganalisis 3 isu dengan tingkat USG yang berbeda-beda. Ketiga isu mendesak harus diselesaikan dan akan memebrikan dampak yang sangat signifikan jika tidak segera ditangani, maka akan terjadi beberapa hal berikut :

1. Penggunaan Data Promosi ITK yang belum optimal

Dana promosi ITK setiap tahunnya memiliki dana yang besar, untuk melakukan kegiatan promosi ITK, contohnya pada tahun 2020 dana

promosi yaitu sebesar Rp. 174.785.000,- (Seratus Tujuh Puluh Empat Juta Tujuh Ratus Delapan Puluh Lima Ribu Rupiah).

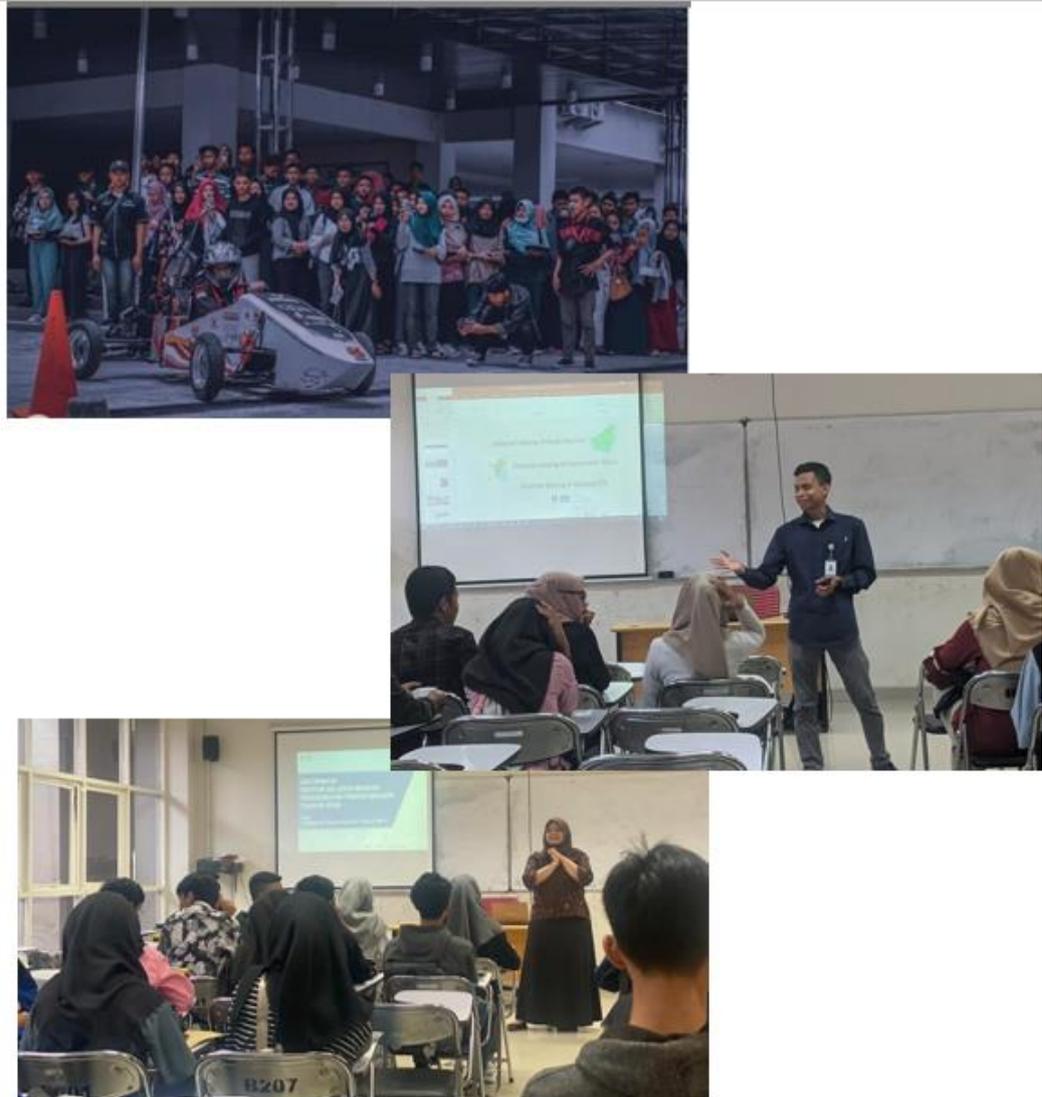
2. Masih dilakukannya metode konvensional untuk melakukan promosi. Proses promosi di ITK masih dilakukannya menggunakan metode konvensional, adapun metode yang digunakan adalah kunjungan ke sekolah-sekolah baik itu dilakukan oleh dosen dan mahasiswa.

KUNJUNGAN SEKOLAH



Gambar 3.1 Kunjungan Ke Sekolah

Gambar 3.1 menunjukkan kegiatan promosi yang dilaksanakan secara konvensional dilakukan oleh dosen dan mahasiswa, yang mana semenjak Oktober 2019 sampai dengan Februari 2020 telah diadakan kunjungan ke sekolah yang tersebar di 5 provinsi, yaitu Kalimantan Utara, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Sulawesi Selatan dan DKI Jakarta. Selain kegiatan kunjungan ke sekolah kita juga melaksanakan ITK Expo, yang dilaksanakan di kampus ITK. Open house di ITK dilakukan dengan mengadakan pameran program studi dan juga perkuliahan parallel yang bisa diikuti oleh calon mahasiswa maupun orang tua.



Gambar 3.2 ITK Open House

Gambar 3.2 merupakan kegiatan ITK Open House, yang diselenggarakan untuk mengenalkan 14 program studi, kegiatan kemahasiswaan, serta produk inovasi ITK, adapun laporan Total yang hadir dalam kegiatan ini sebanyak 275 orang yang mengikuti perkuliahan parallel ataupun menghadiri expo.

Kemudian selain melakukan hal tersebut, tim promosi juga menyebarkan brosur dari LTMPT, sehingga pada saat acara ITK, maka melaksanakan pembagian brosur tersebut. Tim promosi juga mengundang guru dan siswa SMA se Kalimantan timur untuk menghadiri acara pengarahan LTMPT dan pameran Program studi di Hotel Grand Jatra.



Gambar 3.3 ITK Open House

Gambar 3.3 merupakan kegiatan promosi yang dilakukan ITK dengan mengumpulkan guru dan siswa se Kalimantan Timur. Tim promosi juga memasang billboard di beberapa lokasi di Kota Balikpapan.



(a)



(b)

Gambar 3.4 Billboard ITK

Gambar 3.4 merupakan salah satu pemasangan billboard ITK di beberapa lokasi di Kota Balikpapan.

3. Turunnya peminat yang masuk ke ITK.

Penerimaan mahasiswa baru di Institut Teknologi Kalimantan pertama kali dilaksanakan pada tahun 2015, yang mana untuk tahun pertama animo mahasiswa yang mendaftar sangat banyak, baik itu jalur SNMPTN (Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri) dan SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri), namun dari tahun ketahun mengalami penurunan, seperti ditunjukkan pada Gambar 3.5.



Gambar 3.5 Data Pendaftar ITK Jalur SNMPTN

Gambar 3.5 menunjukkan pendaftaran ITK jalur SNMPTN pada tahun 2016-2019, pada tahun 2016 total pendaftar ITK sebanyak 3029 siswa, tahun 2017 sebanyak 2629 siswa, 2018 sebanyak 2834 siswa dan pada tahun 2019 sebanyak 1026.

Kemudian untuk data jalur SBMPTN mengalami naik pendaftaran, seleksi SBMPTN juga dimulai pada tahun 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019. Total pendaftar terbanyak untuk jalur SBMPTN yaitu pada tahun 2018. Berikut data pendaftar siswa ITK jalur SBMPTN ditunjukkan pada Gambar 3.6.



Gambar 3.6 Data Pendaftar ITK Jalur SBMPTN

Gambar 3.6 menunjukkan data pendaftar di ITK pada jalur SBMPTN pada tahun 2015-2019. Tahun 2015 total pendaftar ITK sebanyak 1719 siswa, Tahun 2016 total pendaftar ITK sebanyak 2913 siswa, Tahun 2017 total pendaftar ITK sebanyak 3169 siswa, Tahun 2018 total pendaftar ITK sebanyak 3555 siswa dan pada Tahun 2019 total pendaftar ITK sebanyak 2024 siswa. Maka dari itu bias dilihat pada tahun 2019 mengalami penurunan animo pendaftar yang masuk ITK.

4. Sebaran calon mahasiswa yang berkualitas belum merata.

Sebaran calon mahasiswa ITK yang berkualitas tidak merata dapat dilihat dari akreditasi sekolah yang masuk ke ITK, adapun data tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.7.



Gambar 3.7 Data Akreditasi A Sekolah Siswa ITK

Gambar 3.7 merupakan data akreditasi A siswa yang mendaftar di ITK, pada tahun 2018 jumlah sekolah yang terakreditasi A hanya 50% dan mengalami penurunan pada tahun 2019, yang prosentase sekolah yang terakreditasi A hanya 40%, sedangkan yang terakreditasi selain A, ditunjukkan pada Gambar 3.8.



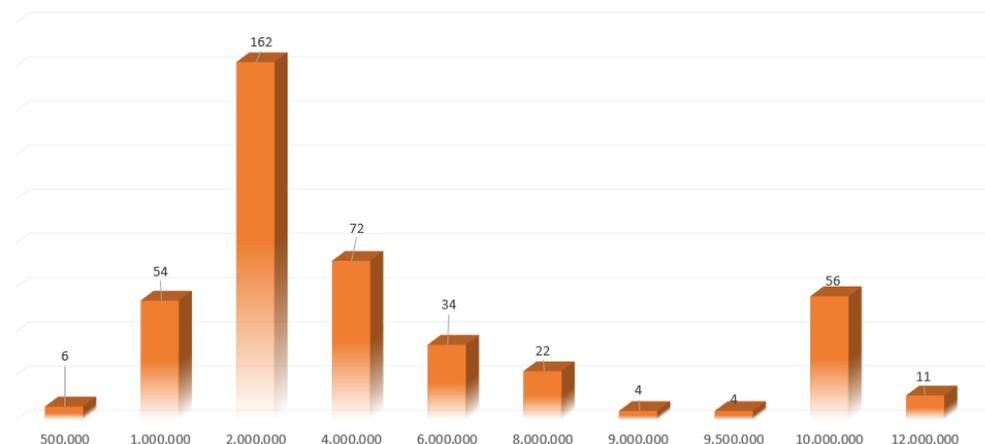
Gambar 3.8 Data Akreditasi Sekolah Siswa ITK

Gambar 3.8 merupakan data sekolah yang terakreditasi B, C dan Belum terakreditasi dari siswa yang mendaftar di ITK. Akreditasi B pada tahun 2018 sebesar 30% dan 2019 sebesar 25%, Akreditasi C pada tahun 2018 sebesar 10% dan 2019 sebesar 5%, dan yang belum terakreditasi pada tahun 2018 sebesar 5% dan 2019 sebesar 5%. Dengan data tersebut dapat dikatakan Sebaran calon mahasiswa yang berkualitas belum merata.

Pemilihan isu tersebut juga didukung oleh mentor yang menyebutkan bahwa target promosi ITK harus memiliki target sesuai dengan Matri Penilaian Laporan Evaluasi Diri dan Laporan Kinerja Program Studi untuk Program Sarjana, pada matriks no 15 elemen C.3.4.b mengenai Daya Tarik Program Studi, dengan indicator Animo calon mahasiswa dan mahasiswa asing, maka dari itu harapan yang ingin dicapai yaitu:

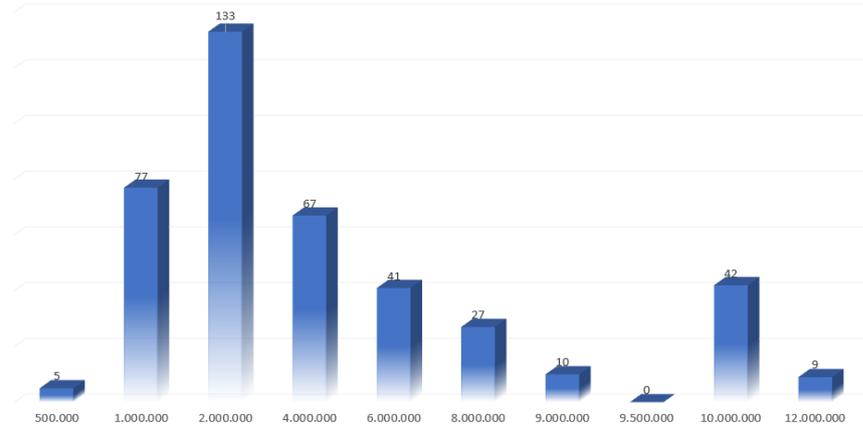
1. Peningkatan pendaftar atau peminat Mahasiswa Baru (MaBa).
Peningkatan pendaftar/animo mahasiswa ini sudah di atur dalam matriks no 15 elemen C.3.4.b mengenai Daya Tarik Program Studi, dengan indicator Animo calon mahasiswa, yang mana apabila ingin mendapatkan skor tertinggi yaitu 4, maka yang harus dilakukan adalah meningkatkan animo calon mahasiswa yang ditunjukkan dengan adanya tren peningkatan jumlah pendaftar secara signifikan (>10%) dalam 3 tahun terakhir.
2. Peningkatan Kualitas MABA baik segi prestasi, akademik dan lain-lainya.
3. Sebaran status sosial ekonomi mahasiswa ITK.
Sebaran yang diharapkan untuk status sosial mahasiswa ITK mengalami peningkatan kurva ke dari kiri ke kanan, dalam artian harapannya mahasiswa yang masuk di ITK bukan dominan dari kalangan menengah kebawah, namun harapannya banyak dari kalangan menengah keatas, berikut data terbaru status social mahasiswa ITK, dilihat dari kategori pembyaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), ditunjukkan pada Gambar 3.9, Gambar 3.10, Gambar 3.11 dan Gambar 3.12.

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2016



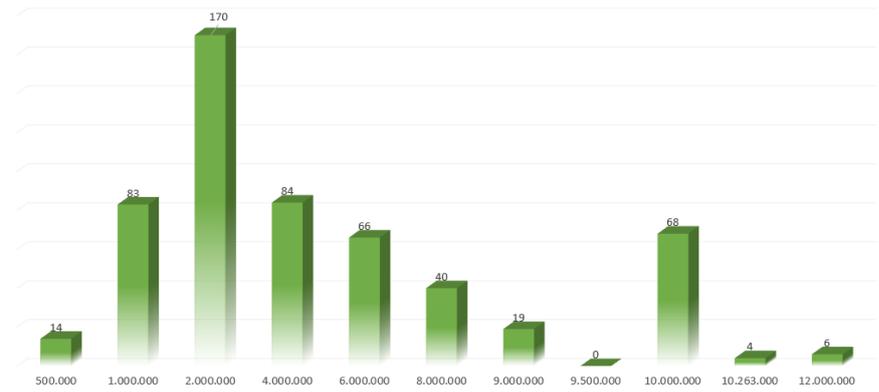
Gambar 3.9 Distribusi UKT Angkatan 2016

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2017



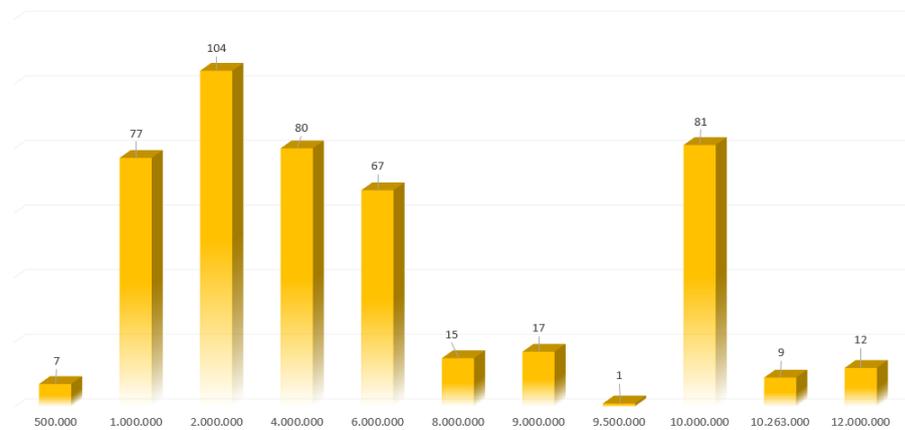
Gambar 3.10 Distribusi UKT Angkatan 2017

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2018



Gambar 3.11 Distribusi UKT Angkatan 2018

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2019



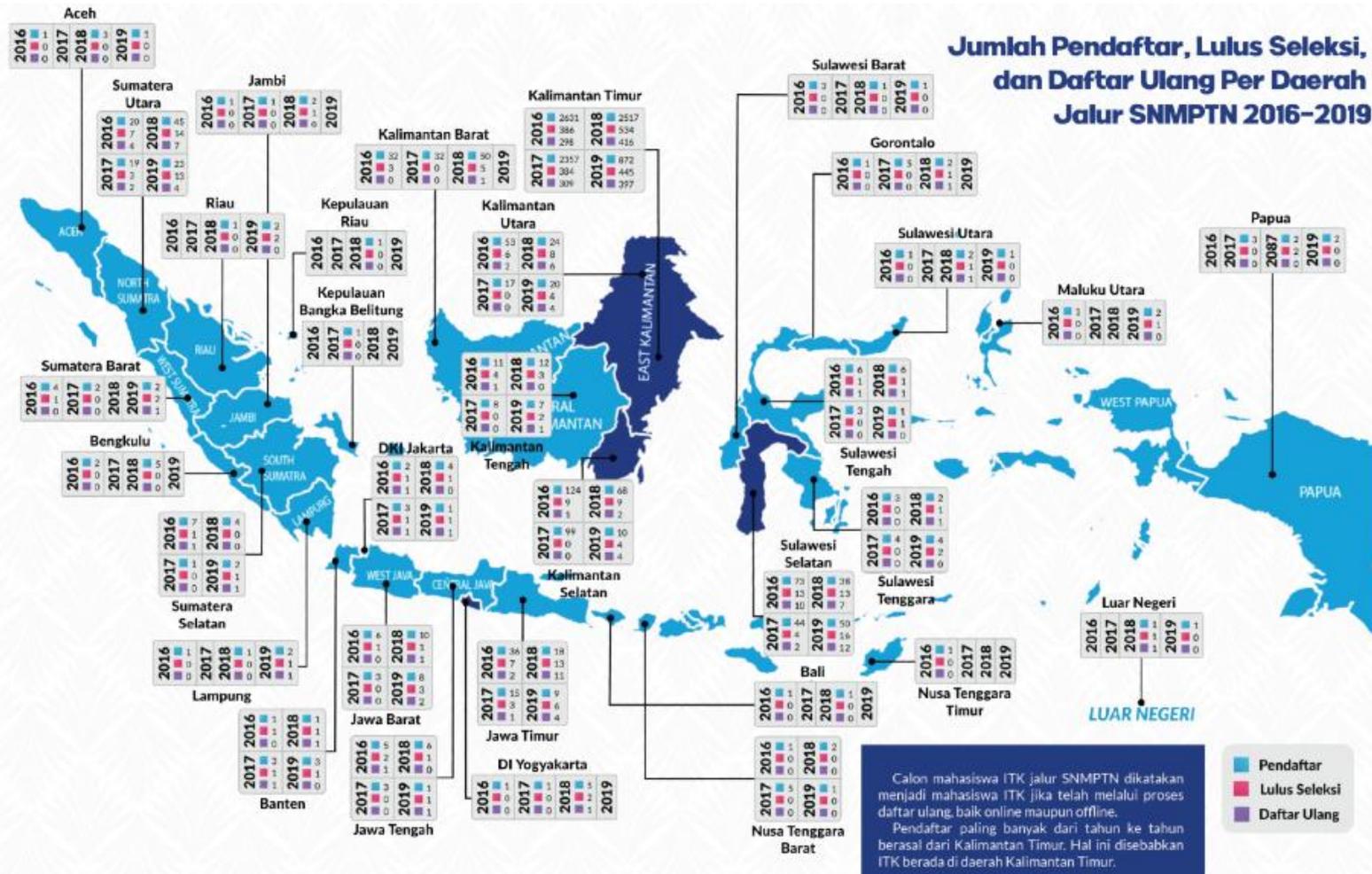
Gambar 3.12 Distribusi UKT Angkatan 2019

Gambar 3.09, Gambar 3.10, Gambar 3.11 dan Gambar 3.12 merupakan data penerima UKT yang menggambarkan status social mahasiswa untuk kemampuan membayar UKT, dari data tersebut mahasiswa ITK banyak mendapatkan UKT kategori 3, yaitu pembayaran UKT sebesar Rp. 2.000.000.,-.

4. Sebaran daerah asal mahasiswa saat ini masih didominasi dari Balikpapan dan Kalimantan Timur.

Sebaran daerah asal mahasiswa ITK saat ini masih di dominasi yaitu mayoritas, dari Balikpapan dan provinsi kalimantan Timur, berikut data sebaran pendaftar mahasiswa ITK, ditunjukkan pada Gambar 3.13. dari Gambar 3.13 menunjukkan dari tahun 2016-2019 menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berasal dari Kalimantan Timur.

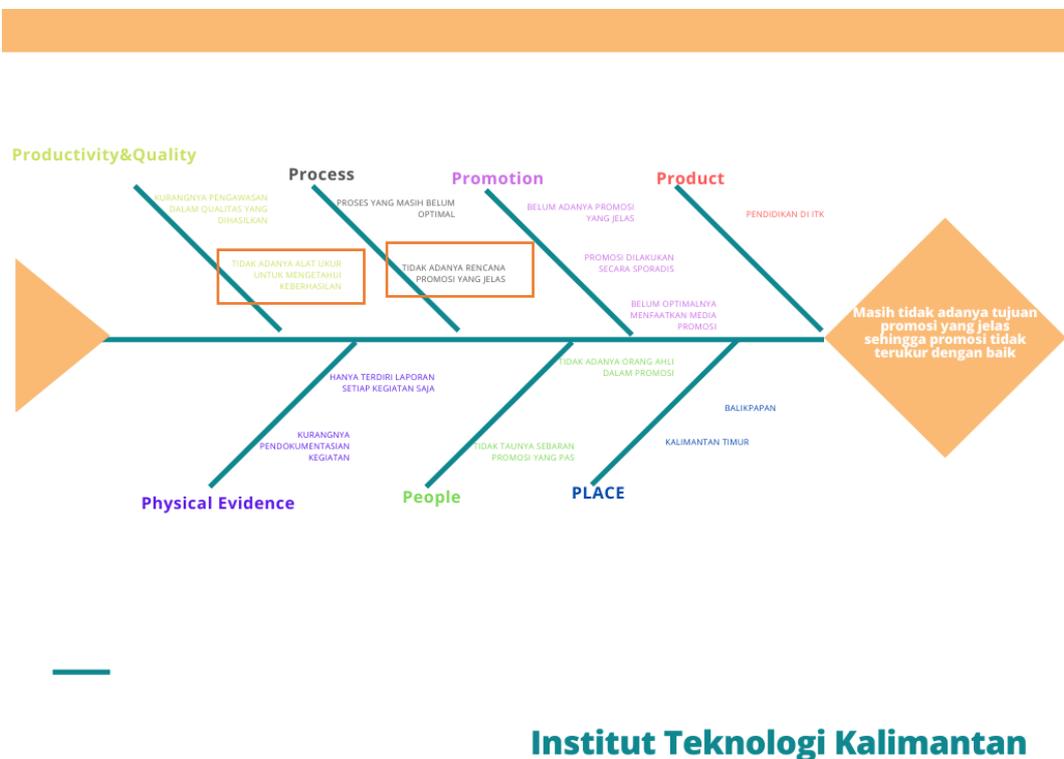
Berdasarkan hasil analisis dan diskusi dengan mentor Sehingga penulis dan mentor bahwa isu tersebut sangat penting untuk dimuat dalam kegiatan aktualisasi, dalam hal tersebut penulis merupakan bagian dari TIM Promosi ITK 2019-2020, dan harapannya dengan judul aktualisasi “**Penyusunan Dokumen Strategi Promosi Institut Teknologi Kalimantan**” , diharapkan aktualisasi tersebut dapat membantu menentukan strategi promosi ITK, yang dapat meningkatkan animo pendaftaran mahasiswa ITK, peningkatan kualitas calon mahasiswa, meningkatkan sebaran status sosial mahasiswa ITK, dan memperlebar sebaran mahasiswa ITK.



Gambar 3.13 Asal Daerah Pendaftar ITK

B. Gagasan Pemecahan Isu

Isu yang diangkat dalam Laporan aktualisasi ini kemudian dianalisa menggunakan metode *cause and effect analysis* atau *fishbone diagram*, yang fungsinya untuk mendapatkan *root cause* atau permasalahan utama dari isu yang diangkat. Akar permasalahan dianalisis menggunakan 7P yaitu terdiri dari *Product, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence* dan *Productivity&Quality*. Dari 7 proses tersebut sehingga menghasilkan dampak yaitu “Masih tidak adanya tujuan promosi yang jelas sehingga promosi tidak terukur dengan baik”, adapun diagram fishbone ditunjukkan pada Gambar 3.2.



Gambar 3.14 Hasil Identifikasi Isu

Gambar 3.1 merupakan hasil Analisa yang didapatkan bahwa akar penyebab utama dari isu tersebut adalah belum adanya strategi promosi yang jelas, karena hal tersebut yang memungkinkan untuk diselesaikan dalam waktu 1,5 bulan dan masih dalam lingkup dan tugas fungsi penulis.

Sehingga gagasan pemecahan isu dalam Laporan aktualisasi ini dirumuskan pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Gagasan Pemecahan Isu

Unit Kerja	:	Institut Teknologi Kalimantan
Identifikasi Isu	:	1. Belum adanya dokumen strategi Promosi ITK 2. Belum Optimalnya pemanfaatan Media digital dalam ppromosi ITK 3. Belum maksimalnya proses desain ulang (<i>redesign</i>) website ITK
Isu yang Diangkat	:	Belum adanya dokumen strategi Promosi ITK
Gagasan Pemecahan Isu	:	Penyusunan Dokumen Strategi Promosi Institut Teknologi Kalimantan
Kegiatan	:	1. Melakukan Survey kepada Masyarakat untuk menentukan media promosi. 2. Melakukan Analsisis kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan dalam promosi ITK 3. Melakukan Analisis SWOT dan Penyusunan strategi Promosi ITK 4. Evaluasi dan sosialisasi kepada tim Promosi ITK

C. Uraian Rancangan Kegiatan Aktualisasi

Adapun Laporan kegiatan aktualisasi dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Uraian Rancangan Kegiatan Aktualisasi

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
1	Melakukan Survey kepada Masyarakat untuk menentukan media promosi.)	<p>1. Membuat kuesioner Promosi untuk masyarakat.</p> <p>2. Menyebarkan Kuesioner melalui media social dan link yang bisa diakses.</p>	<p>Output Kegiatan: Didapatkannya hasil sebaran kuesioner, sehingga mengetahui media apa yang banyak digunakan untuk mendapatkan informasi ITK.</p> <p>Bukti Fisik: 1. Screenshoot kuesioner google form 2. Poster pengisian kuesioner 3. Notulen, bahan presentasi, 4. Hasil Kuesioner</p>	<p>Akuntabilitas: Kejelasan target untuk menyebutkan informasi survey.</p> <p>Nasionalisme: membagikan laman survey dari berbagai usia, geografis, status sosial, pekerjaan, sehingga tidak membedakan suku, daerah dan agama.</p> <p>Etika Publik: membuat poster kepada untuk menyebarkan survey sehingga masyarakat mengetahui</p>	<p>Hasil Dari kontribusi pelaksanaan ini sesuai dengan Visi ITK yaitu “Menjadi Perguruan tinggi yang unggul dan berperan aktif dalam pembangunan nasional melalui pemberdayaan potensi darah Kalimantan pada tahun 2035” dan Misi ITK yaitu “1. Menghasilkan lulusan yang unggul dan berbudi pekerti luhur yang dapat berkontribusi dalam pembangunan nasional; 2. Menghasilk</p>	<p>Membangun kepuasan publik terhadap media promosi ITK menjadi kan ITK “Solid”.</p>

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
				<p>informasi publik dengan jelas.</p> <p>Komitmen Mutu: Inovasi yang dilakukan yaitu membuat survey menggunakan media digital yaitu google form</p> <p>Anti Korupsi: jujur dengan membuka akses informasi data-data ITK</p> <p>WoG: koordinasi, inisiasi kerja sama dengan pihak eksternal untuk menyebarkan survey, konsultasi dengan mentor mengenai isi kuesioner.</p> <p>Pelayanan Publik: Memberikan layanan informasi untuk promosi ITK</p>	<p>an karya Tridharma Perguruan Tinggi yang bermutu dan bermanfaat bagi masyarakat ; dan</p> <p>3. Memberikan layanan pendidikan tinggi yang prima dengan berdasarkan prinsip pengelolaan organisasi yang transparan, akuntabel, responsibel, adil dan kredibel</p> <p>4. Mewujudkan ITK sebagai kampus merdeka</p>	

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
				melalui media digital.		
2	Melakukan Analisis kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan dalam promosi ITK	<p>1. Mengundang TIM promosi ITK untuk membantu analisis kondisi sekarang dan kondisi diharapkan</p> <p>2. Mempersiapkan bahan evaluasi dari hasil kuesioner</p> <p>3. Melakukan diskusi mengenai analisis kondisi sekarang dan kondisi yang akan datang dalam tim promosi</p> <p>4. Menentukan hasil kondisi sekarang dan kondisi yang akan datang dalam promosi</p>	<p>Output Kegiatan: Hasil kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan dalam strategi promosi</p> <p>Bukti Fisik:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Surat undangan rapat 2. Bahan diskusi 3. Notulen, video, dan foto kegiatan 4. Draft Laporan Kegiatan 	<p>Akuntabilitas: mengundang seluruh Tim promosi untuk membahas analisis kondisi sekarang dan yang diharapkan.</p> <p>Nasionalisme: mempersiapkan bahan rapat dengan semangat tinggi</p> <p>Etika Publik: sopan dalam mengemukakan pendapat pada saat diskusi atau rapat.</p> <p>Komitmen Mutu: melakukan rapat secara daring, sehingga memudahkan diskusi dan hasil</p>		Melakukan analisis kondisi sekarang dan akan datang dalam promosi bahwa tingkat kePedulian terhadap kualitas calon mahasiswa baru dan meningkatkan daya saing lulusan ITK " Cerdas ".

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
				<p>rapat bisa lebih efektif dan efisien.</p> <p>Anti Korupsi: dispilinya dalam melaksanakan rapat.</p> <p>WoG: diskusi dan menyampaikan informasi hasil diskusi rapat untuk menentukan kondisi sekarang dan yang diharapkan, konsultasi dengan mentor</p> <p>Pelayanan Publik: mendahulukan kepentingan publik dalam menentukan hasil kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan</p>		
3		1. Penyusunan dan analisis SWOT				

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
	Melakukan Analisis SWOT dan Penyusunan strategi Promosi ITK	<p>2. Studi Literatur</p> <p>3. Menyusun jadwal promosi ITK yang berkelanjutan</p> <p>4. Menyusun dokumen strategi promosi ITK</p>	<p>Output Kegiatan: Draft dokumen Strategi Promosi ITK</p> <p>Bukti Fisik:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Draft dokumen strategi promosi & foto kegiatan 2. Daftar Literatur yang digunakan & rangkuman 3. Notulen dan foto kegiatan 4. Draft Laporan Kegiatan 	<p>Akuntabilitas: kejelasan target menyusun aktivitas promosi agar aktivitas tersebut sesuai tujuan ITK</p> <p>Nasionalisme: berdoa terlebih dahulu dalam melaksanakan sesuai, kemudian bekerja keras untuk mempelajari ilmu-ilmu baru.</p> <p>Etika publik: Saya akan menyusun jadwal promosi dengan teliti dan cerna sehingga menghasilkan dokumen strategi yang bisa digunakan</p> <p>Komitmen Mutu: menguasai Teknik-teknik marketing dan evaluasi nilai</p>		Penyusunan dokumen strategi diharapkan meningkatkan daya saing seleksi di ITK " Cerdas ".

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
				<p>dari promosi yang dihasilkan berkualitas</p> <p>Anti Korupsi: bekerja keras dalam menyusun dokumen strategi promosi ITK.</p> <p>Pelayanan Publik: Penyusunan dokumen strategi promosi yg akuntabel, efektif, dan efisien dalam mencapai target.</p>		
4	Evaluasi dan sosialisasi kepada tim Promosi ITK	<p>1. Mengundang mengundang tim promosi dalam menghadiri pemaparan hasil dokumen strategi promosi ITK</p> <p>2. Mempersiapkan bahan rapat</p> <p>3. Memaparkan dokumen strategi promosi ITK</p>	<p>Output Kegiatan: Dokumen strategi yang telah disetujui.</p> <p>Bukti Fisik: 1. Surat Undangan Rapat 2. Draft dokumen strategi,</p>	<p>Akuntabilitas: poin yang ada dalam dokumen strategi (hasil survey, analisis kondisi saat ini dan kondisi yang diharapkan, analisis SWOT, alat evaluasi) akan dipaparkan</p>		Evaluasi dan sosialisasi dokumen startegi dengant im promosi akan membangun kePedulian terhadap kualitas mahasiswa baru ITK.

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
		<p>4. Mencatat kritik dan saran perbaikan dari tim promosi ITK lainnya</p> <p>5. Persetujuan Dokumen Strategi oleh koordinator Promosi</p>	<p>Materi Presentasi</p> <p>3. Notulen, video, foto dokumentasi rapat</p> <p>4. Notulen, video, dan foto kegiatan</p> <p>5. Dokumen strategi hasil Perbaikan yang disetujui</p> <p>6. Notulen dan foto kegiatan.</p> <p>7. Draft Laporan Kegiatan</p>	<p>Nasionalisme: mempersiapkan bahan rapat dan evaluasi dengan semangat tinggi.</p> <p>Etika Publik: menyampaikan undangan rapat evaluasi secara langsung ke pada tim promosi</p> <p>Komitmen Mutu: Dokumen dan hasil evaluasi TIM promosi akan dijadikan perbaikan dan acuan untuk melegalkan dokumen strategi promosi.</p> <p>Anti Korupsi: disiplin dalam melaksanakan diskusi evaluasi dan sosialisasi,</p>		

No.	Kegiatan	Tahapan Kegiatan	Output/ Hasil	Keterkaitan Substansi Mata pelatihan	Kontribusi Terhadap Visi-Misi Organisasi	Penguatan Nilai Organisasi
1	2	3	4	5	6	7
				<p>sehingga tepat waktu</p> <p>WoG: diskusi dan menyampaikan informasi, koordinasi terkait dokumen strategi promosi ITK, konsultasi dengan mentor</p> <p>Pelayanan Publik: memastikan dokumen pstrategi promosi ITK yang dihasilkan dapat diimplementasikan.</p>		

D. Jadwal Rancangan Aktualisasi

Adapun jadwal Rancangan untuk melaksanakan aktualisasi, dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Uraian Rancangan Kegiatan Aktualisasi

No	Kegiatan	Minggu I	Minggu II	Minggu III	Minggu IV	Minggu V	Minggu VI
1	Melakukan Survey kepada Masyarakat untuk menentukan media promosi.						
2	Analisis kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan dalam promosi ITK						
3	Melakukan Analisis SWOT dan Penyusunan strategi Promosi ITK						
4	Evaluasi dan sosialisasi kepada tim Promosi ITK						
5	Konsultasi dengan Mentor						
6	Konsultasi dengan Coach						
7	Penyusunan Laporan Aktualisasi						

Tabel 3.3 merupakan uraian kegiatan dari proses aktualisasi yang akan dilaksanakan oleh penulis, yang prosesnya melakukan survey kepada masyarakat mengenai media promosi apa yang cocok digunakan untuk segala kalangan, kemudian hasil survey tersebut menjadi landasan untuk menganalisa kondisi sekarang dan untuk menentukan kondisi yang akan diharapkan, sehingga akan dilakukan analisis SWOT dan penyusunan strategi promosi ITK, setelah itu dilakukan evaluasi dan sosialisasi kepada tim promosi ITK, harapannya dengan adanya dokumen strategi promosi ITK ini dapat mengingkat animo mahasiswa yang akan mendaftar di ITK.

BAB 4.

IMPLEMENTASI AKTUALISASI

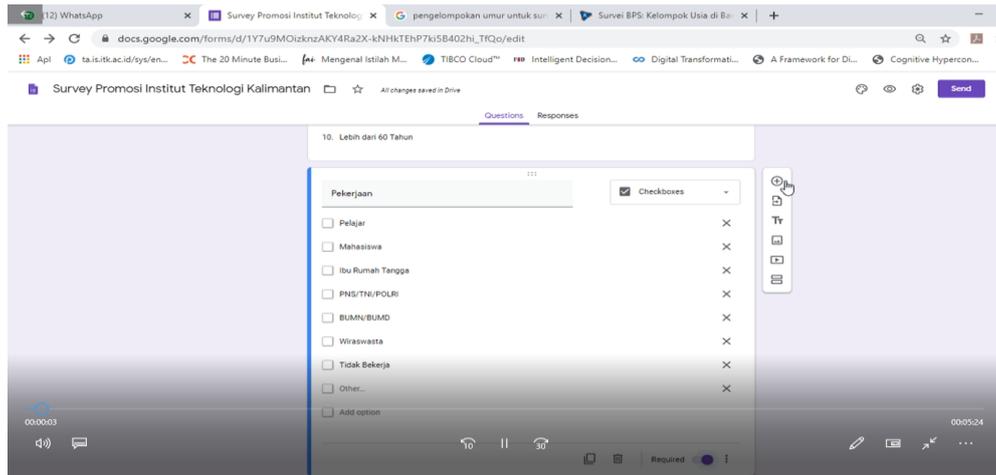
Pelaksanaan aktualisasi dilaksanakan mulai tanggal 3 Agustus – 11 September 2020. Pada Laporan aktualisasi ini saya memiliki 4 kegiatan aktualisasi yang dilakukan di TIM Promosi ITK, dengan melakukan kegiatan secara daring atau *Work From Home* dikarenakan pandemic *Covid-19*. Kegiatan daring yang saya lakukan menggunakan media pesan elektronik, *google calender*, *Google meet*, *Google Form* dan media lainnya untuk menunjang kegiatan aktualisasi saya. Berikut kegiatan aktualisasi yang saya lakukan.

A. Kegiatan Melakukan Survey kepada Masyarakat untuk menentukan media promosi

Pada kegiatan ini melakukan 2 tahapan untuk melakukan survey kepada masyarakat mengenai ITK, yaitu terdiri dari :

1. Membuat kuesioner Promosi untuk masyarakat.

Pada tahapan pembuatan kuesioner ini saya menggunakan media digital, yaitu tepatnya menggunakan media *google form*. Media tersebut sangat membantu dalam melakukan survey. Kegiatan ini dimulai pada tanggal 3 Agustus – 7 Agustus 2020, yaitu dalam 5 hari kerja. **Kejelasan** target untuk menyebutkan informasi survey : **Akuntabilitas**. Dibuktikan dengan pelaksanaan yang selesai dalam kurun waktu 5 hari, yang dimulai pada tanggal 3 -7 Agustus 2020. Pada tahapan ini saya merekam bukti pengerjaan saya seperti ditunjukkan pada Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Hasil Identifikasi Isu

Adapun isi komponen yang dimuat dalam kuesioner adalah Nama, Email, No handphone, Jenis Kelamin, Asal Provinsi, Umur, Pekerjaan, Penghasilan Perbulan, pengisian media promosi yang memuat konten pengetahuan tentang ITK, iklan ITK, media promosi. Berikut link kuesionernya ditunjukkan pada Gambar 4.1.

Gambar 4.2 Hasil Identifikasi Isu

Menyebarkan Kuesioner melalui media social dan link yang bisa diakses. Setelah membuat kuesioner kemudian melakukan promosi ke masyarakat melalui media poster, poster ini berisikan tentang ajakan untuk mengisi kuesioner melalui digital, yang telah dibuat menggunakan google form, adapun poster ditunjukkan pada Gambar 4.3. Komitmen Mutu: Inovasi yang dilakukan yaitu membuat survey menggunakan media digital yaitu google form. Pada ini dilakukan pada Gambar 4.2 dan Gambar 4.14.



Gambar 4.3 Hasil Identifikasi Isu

Gambar 4.3 merupakan poster yang dibuat untuk menyebarkan kuesioner kepada masyarakat sehingga bisa diakses dari mana saja dan media apapun. Dari hasil survey tersebut yang diadakan selama 8 hari mendapatkan responden sebanyak 466. Berikut data yang didapatkan. **Etika Publik:** membuat poster kepada untuk menyebarkan survey sehingga masyarakat mengetahui informasi publik dengan jelas. Dibuktikan pada Gambar 4.3 sehingga pembuatan poster lebih jelas tugasnya. **Pelayanan Publik:** Memberikan layanan informasi untuk promosi ITK melalui media digital. Pada pada Gambar 4.3 dan Gambar 4.15

Row Labels	Count of Asal Provinsi
Banten	1
DI Yogyakarta	1
DKI Jakarta	7
Jawa Barat	3
Jawa Tengah	2
Jawa Timur	11
Kalimantan Selatan	4
Kalimantan Tengah	1
Kalimantan Timur	381
Kalimantan Utara	8
Kepulauan Riau	2
Lampung	1
Maluku	1
Nusa Tenggara Timur	1
Sulawesi Selatan	15
Sulawesi Tengah	2
Sumatera Barat	3
Sumatera Utara	22
Grand Total	466

Gambar 4.4 Sebaran Provinsi Responden

Nasionalisme: membagikan laman survey dari berbagai usia, geografis, status sosial, pekerjaan, sehingga tidak membedakan suku, daerah dan agama. Membagikan survey tanpa membedakan, sehingga dari Bukti Gambar 4.4 memiliki sebaran hampir diseluruh provinsi.

Row Labels	Count of Jenis Kelamin
Laki-laki	283
Perempuan	183
Grand Total	466

Gambar 4.5 Jenis Kelamin Responden

Row Labels	Count of Umur
15 - 19 Tahun	423
20 - 25 Tahun	28
26 - 30 Tahun	7
26 - 40 Tahun	2
31 - 35 Tahun	5
41 - 45 Tahun	1
Grand Total	466

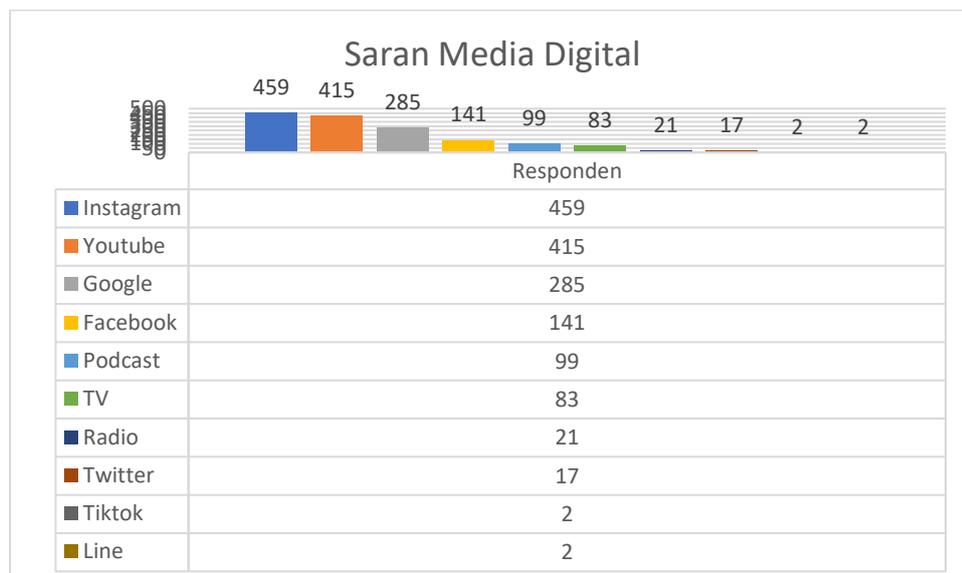
Gambar 4.6 Rentang Usia Responden

Row Labels	Count of Penghasilan Perbulan (Jika Anda Belum Berpenghasilan silahkan isi penghasilan orang tua anda)
Lebih dari Rp. 10.000.000., -	13
Rp. 0., - Rp. 1.000.000	94
Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000., -	117
Rp. 2.000.001 - Rp. 4.000.000., -	149
Rp. 4.000.001 - Rp. 7.000.000., -	71
Rp. 7.000.001 - Rp. 10.000.000., -	22
Grand Total	466

Gambar 4.7 Rentang Usia Responden

Row Labels	Count of Apakah Anda Mengetahui Institut Teknologi Kalimantan
Tidak	8
Ya	458
Grand Total	466

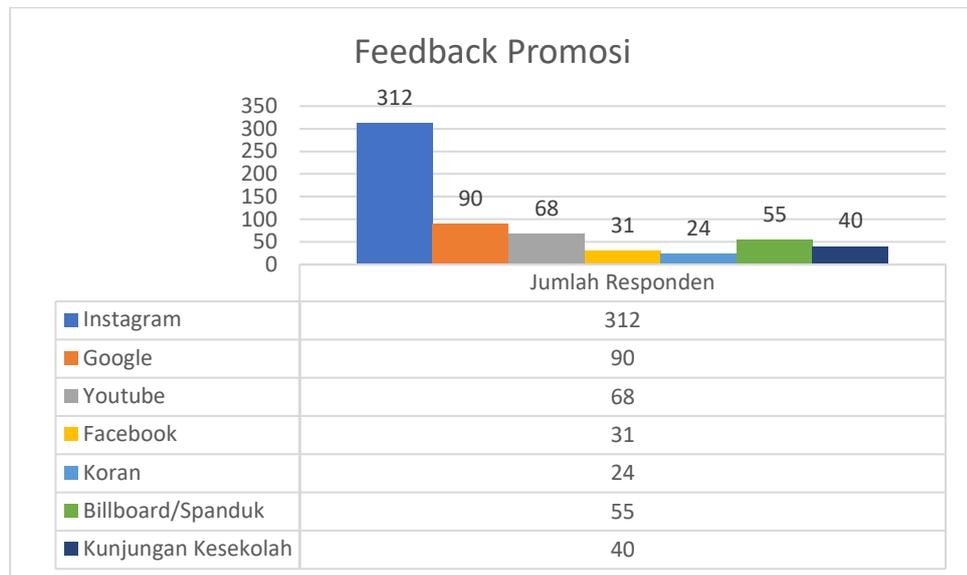
Gambar 4.8 Pengetahuan Tentang ITK



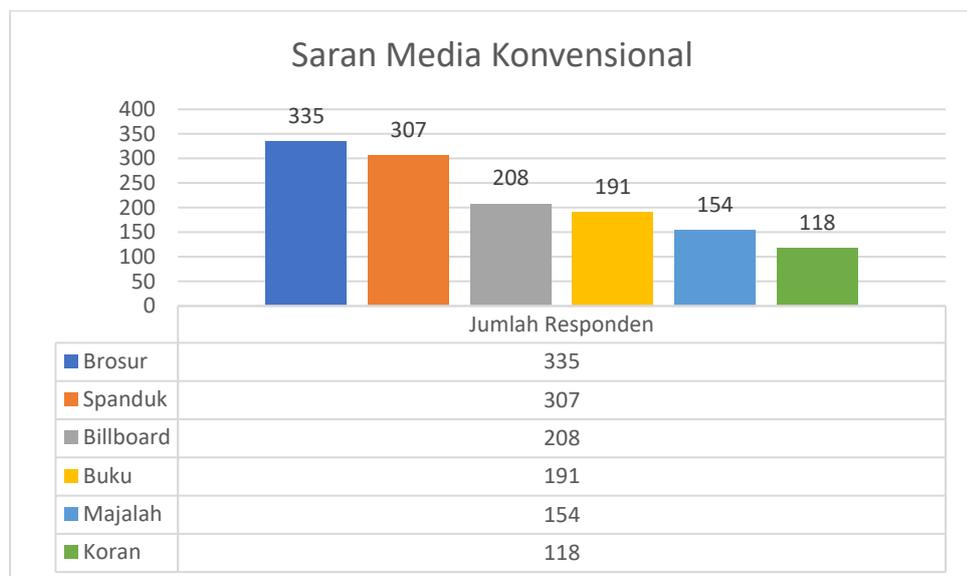
Gambar 4.9 Saran Media Digital

Anti Korupsi: jujur dengan membuka akses informasi data-data ITK. Pada nilai ini saya meminta izin untuk mendapatkan data ITK dari wakil

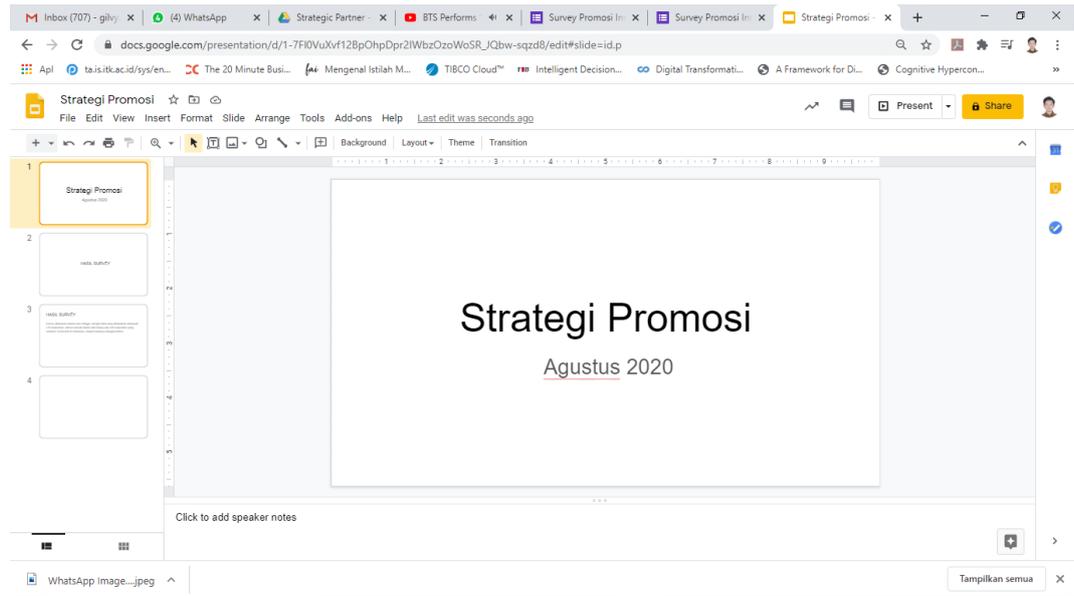
Rektor Bidang Akademik dan Ketua TIM Promosi. Sehingga didapatkannya data pada racnagan aktualisasi.



Gambar 4.10 Feedback Media Promosi

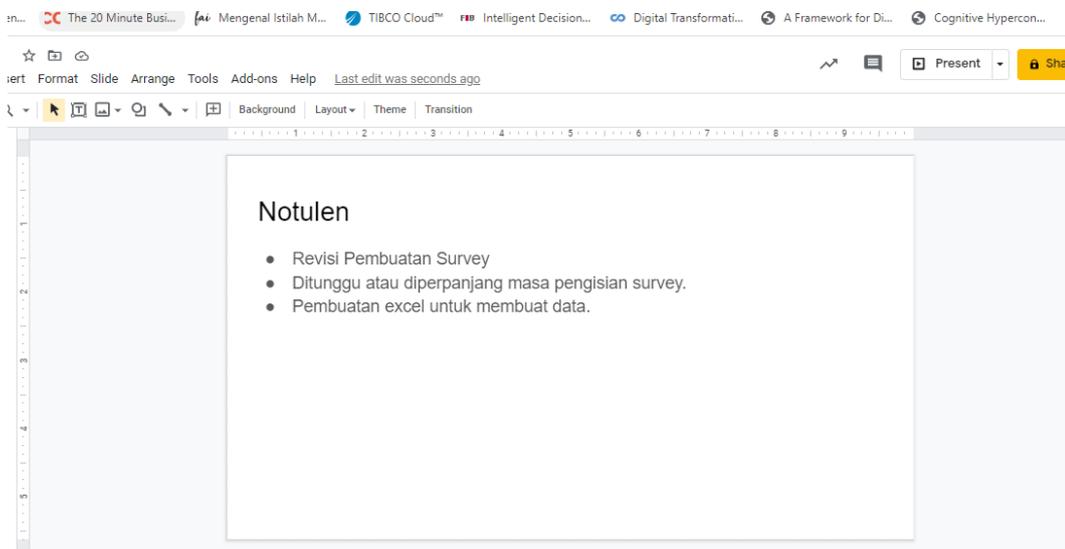


Gambar 4.11 Saran Media Konvensional



Gambar 4.12 Media Presentasi

Presentasi dilakukan untuk melakukan hasil survey, dilakukan dengan google point, sehingga filenya bisa diakses dimana saja dan kapan pun.



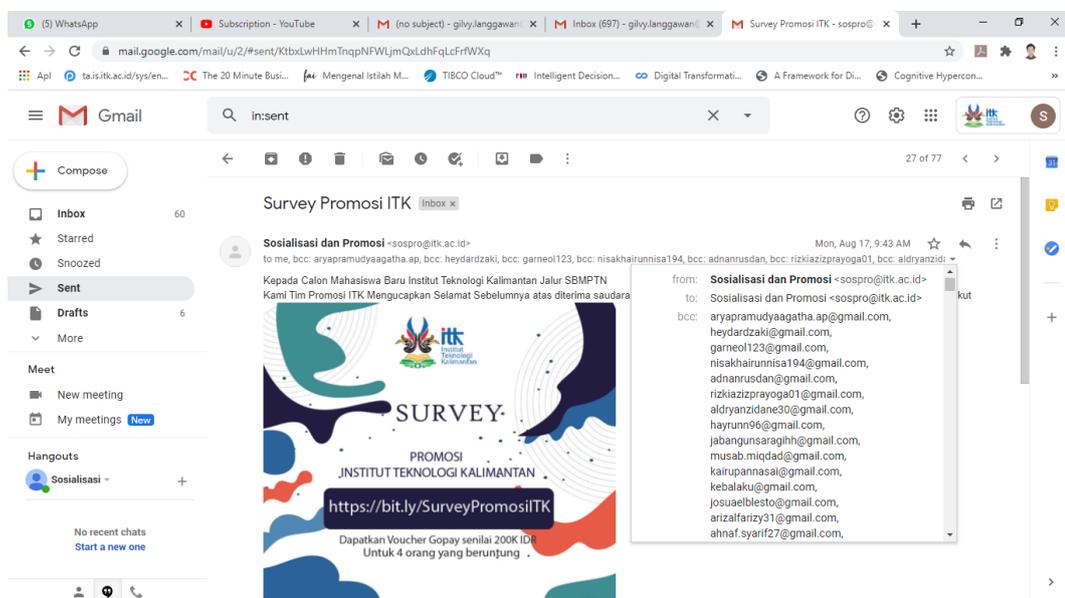
Gambar 4.13 Notulensi

Gambar 4.13 merupakan notulensi hasil masukan dari tim promosi. sehingga bisa dilakukan kegiatan ke-2. Serta Gambar 4.14 merupakan hasil pekerjaan saya saat melaksanakan kegiatan pertama.



Gambar 4.14 Aktivitas Kegiatan 1

Gambar 4.14 merupakan aktivitas kegiatan pertama saya melaksanakan atau membuat survey dengan melalui google form. **Akuntabilitas:** Kejelasan target untuk menyebutkan informasi survey.



Gambar 4.15 Aktivitas Kegiatan 1

Gambar 4.15 bukti koordinai pihak eksternal untuk membuat kerjasama untuk pengisian form. **WoG:** koordinasi, inisiasi kerja sama dengan pihak eksternal untuk menyebarkan survey, konsultasi dengan mentor mengenai isi kuesioner.

B. Melakukan Analisis kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan dalam promosi ITK

Pada kegiatan ke dua ini saya melakukan 4 kegiatan yang terdiri dari :

1. Mengundang TIM promosi ITK untuk membantu analisis kondisi sekarang dan kondisi diharapkan.

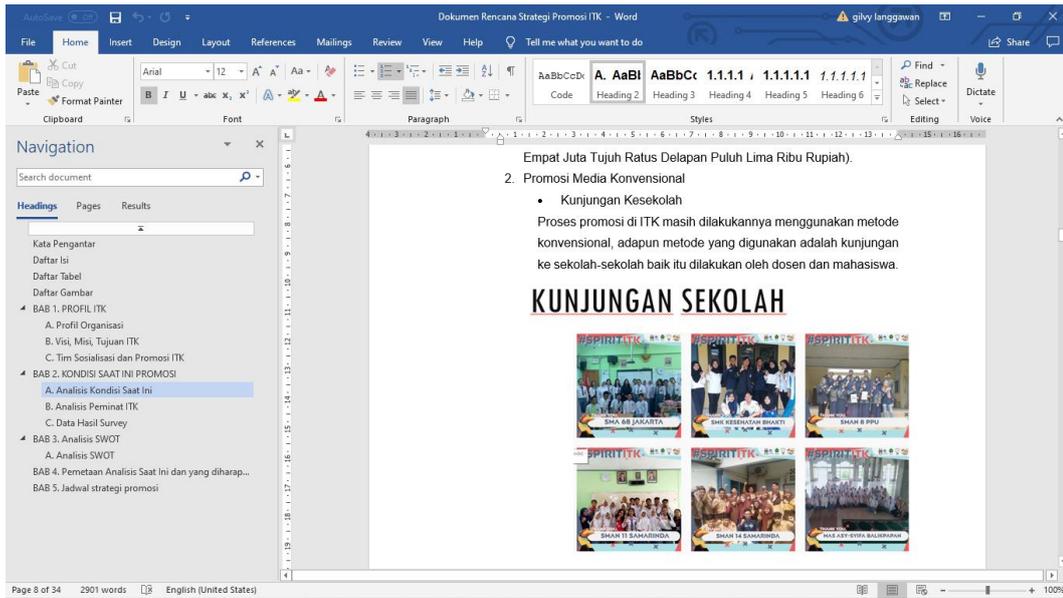


Gambar 4.16 Undangan Diskusi

Pada kegiatan ini saya melakukan atau membuat undangan melalui google calender yang langsung terhubung melalui google meet, yang mana pertemuan dilakukan menggunakan media daring yaitu google meet dikarenakan pandemic *COVID-19*. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 10-14 Agustus 2020. **Akuntabilitas:** mengundang seluruh Tim promosi untuk membahas analisis kondisi sekarang dan yang diharapkan. Dibuktikan pada Gambar 4.16. yang mana mengundang seluruh TIM Promosi.

2. Mempersiapkan bahan evaluasi dari hasil kuesioner

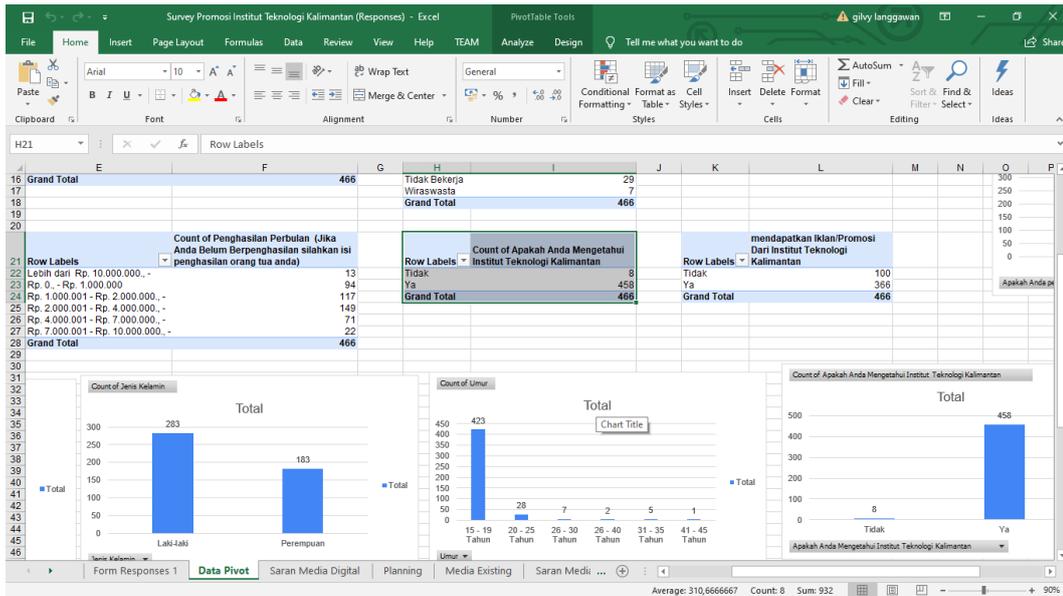
Pada kegiatan ini saya membuat bahan evaluasi dari hasil kuesioner dan analisis data yang sudah dilakukan saat Laporan aktualisasi. Dan sudah melakukan berbagai analisis kegiatan survey pada kegiatan sebelumnya, adapun bukti pembuatan bahan analisis pada Gambar 4.17, 4.18, 4.19.



Gambar 4.17 Analsisi data Aktualisasi

Nama	Email	No Handphone	Jenis Kelamin	Asal Provinsi	Umur	Pekerjaan	Penghasilan Perbulan (Jika Anda Belum
1. Aan Saputra Maula	aansaputratsb@gmail.com	082349347279	Laki-laki	Sulawesi Selatan	15 - 19 Tahun	Pelajar	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000
2. Abdiel Roben	abdiel.roben@gmail.com	089693645837	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Tidak Bekerja	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000
3. Abi Karami Fajri I	abikarami68@gmail.com	087876440126	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 4.000.001 - Rp. 7.000.000
4. Achmad Agung Fadillah Firdaus	Achmadagungfadillahfirdaus@gmail.com	085787335704	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Pelajar	Rp. 0 - Rp. 1.000.000
5. Achmad Dwiky Pramudhitya	03191002@student.itk.ac.id	0895700758272	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 0 - Rp. 1.000.000
6. Adam Wahyu Aditya Valentino	pocongterbang123@gmail.com	082254445054	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 4.000.000
7. Ade kurniawan	wandewan5@gmail.com	089674863184	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 4.000.000
8. Ade Kurniawan	wandewan5@gmail.com	087841752995	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 4.000.000
9. Ade Nur Indha Suryani	adninda823@gmail.com	085248152087	Perempuan	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000
10. Adela deseana	adeldesanea@gmail.com	085348018619	Perempuan	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Calon mahasiswa	Rp. 0 - Rp. 1.000.000
11. Adelia Putri	10191002@student.itk.ac.id	081549775910	Perempuan	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 4.000.000
12. ADHA ILHAMSYAH	adhailhamsyah111@gmail.com	085348824549	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 0 - Rp. 1.000.000
13. Adharakent Dinyanti	adharakent0912@gmail.com	0895341710860	Perempuan	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 7.000.001 - Rp. 10.000.000
14. Adisti Akina Rahmayanti	adistiahln@gmail.com	085246287882	Perempuan	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 4.000.001 - Rp. 7.000.000
15. Aditya Ramadhan	aditya.ramadhan.061201@gmail.com	081522935122	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 0 - Rp. 1.000.000
16. Aditya Yunas Wicaksono	03191004@student.itk.ac.id	085708732655	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 4.000.000
17. Adnan Rusdan	adnanrusdan@gmail.com	082253647276	Laki-laki	Sumatera Utara	15 - 19 Tahun	Pelajar	Rp. 0 - Rp. 1.000.000
18. Agita Novianti	agitaniovianti0908@gmail.com	081345990282	Perempuan	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000
19. Agung Gihon Simanjuntak	agungghon@gmail.com	081375567466	Laki-laki	Sumatera Utara	15 - 19 Tahun	Pelajar	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000
20. Agust	agusinahrini29@gmail.com	085845112991	Perempuan	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000
21. Ahlul Duwi Saputra	ahlulduwis@gmail.com	0895700272181	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000
22. Ahmad Galang	galangtosi@gmail.com	085790735855	Laki-laki	Jawa Timur	20 - 25 Tahun	Mahasiswa	Rp. 0 - Rp. 1.000.000
23. Ahmad Inca Fawwaf	ahmadincafawwaf09@gmail.com	082253647276	Laki-laki	Kalimantan Timur	15 - 19 Tahun	Mahasiswa	Rp. 0 - Rp. 1.000.000

Gambar 4.18 Persiapan pembersihan Data



Gambar 4.19 Persiapan analisis Data

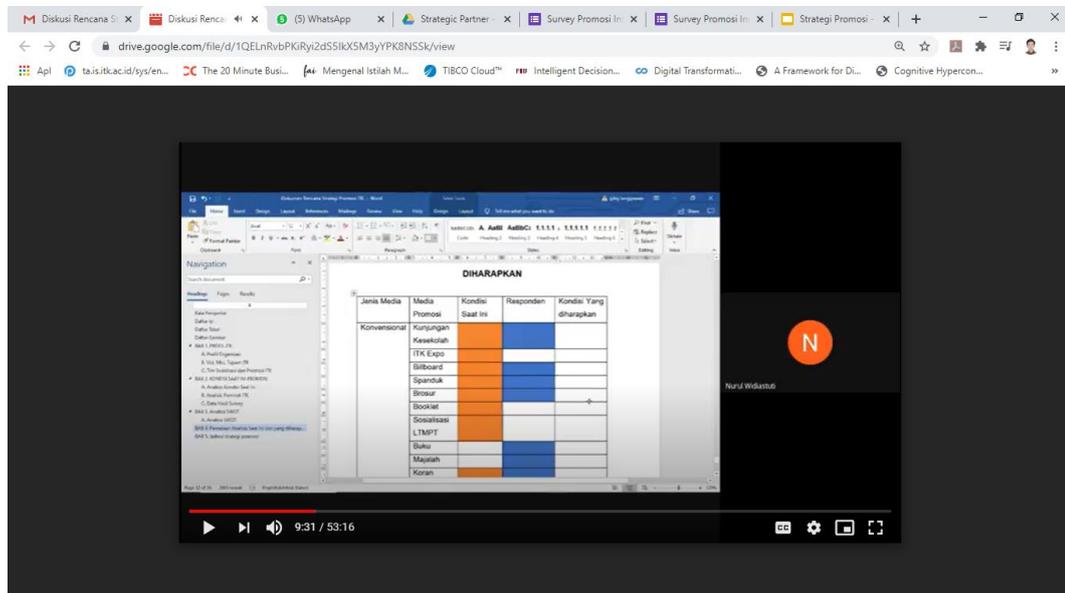
3. Melakukan diskusi mengenai analisis kondisi sekarang dan kondisi yang akan datang dalam tim promosi

Pada tahapan ini saya dan tim promosi melakukan pada media google meet, dilakukan full secara daring, pada pertemuan ini didapatkan analisis kondisi sekarang dan yang diharapkan. Berikut hasil dan bukti pertemuan di google meet.

Jenis Media	Media Promosi	Kondisi Saat Ini	Responden	Kondisi Yang diharapkan
Konvensional	Kunjungan Kesekolah			Conditional Dosen dan Mahasiswa
	ITK Expo			
	Billboard			
	Spanduk			
	Brosur			
	Booklet			
	Sosialisasi LTMP			
	Buku			
	Majalah			
	Koran			
Digital	Instagram			

Gambar 4.20 Analisis Data Kondisi Saat ini dan Yang diharapkan

Gambar 4.20 merupakan hasil dari analisis kondisi saat ini dan kondisi yang diharapkan. Sehingga hasil diskusi berjalan dengan lancar dengan goole meet. Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4.21.



Gambar 4.21 Rekaman Video Saat Diskusi Analisis Kondisi Saat ini dan yang diharapkan.

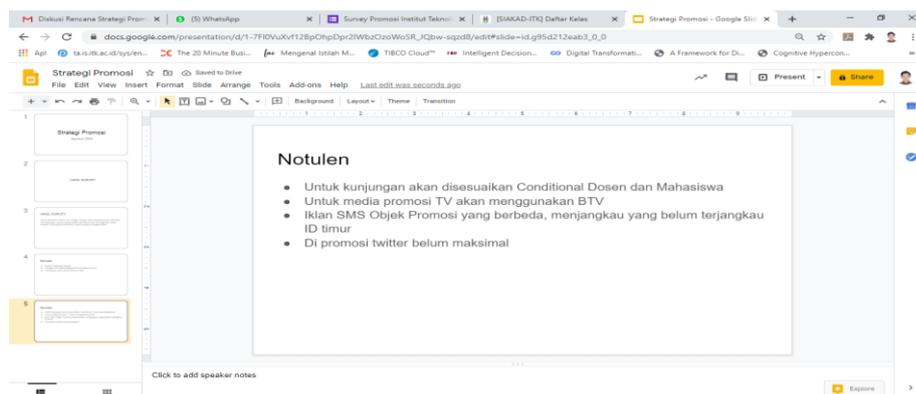
4. Menentukan hasil kondisi sekarang dan kondisi yang akan datang dalam promosi **Etika Publik**: sopan dalam mengemukakan pendapat pada saat diskusi atau rapat. Dibuktikan dalam rapat yang tertera pada Gambar 4.21. didalam rapat tersebut dilakukan secara sopan dalam mengemukakan pendapat. **Komitmen Mutu**: melakukan rapat secara daring, sehingga memudahkan diskusi dan hasil rapat bisa lebih efektif dan efisien. Dibuktikan pada Rapat pada Gambar 4.21 dilakukan secara daring sehingga lebih efektif dan efisien. **Anti Korupsi**: dispilinya dalam melaksanakan rapat. Palam undangan rapat dilaksanakan jam 15:00 maka 8 TIM promosi datang dan dimulai pada waktu 15:00 WITA. **WoG**: diskusi dan menyampaikan informasi hasil diskusi rapat untuk menentukan kondisi sekarang dan yang diharapkan, konsultasi dengan mentor. Pada diskusi ini dilaksanakan secara untuk menentukan kondisi sekarang yang akan diharapkan maka hasilnya pada table di atas.

Pada saat diskusi dengan menentukan hasil kondisi sekarang dan yang diharapkan, maka hasilnya sebagai berikut :

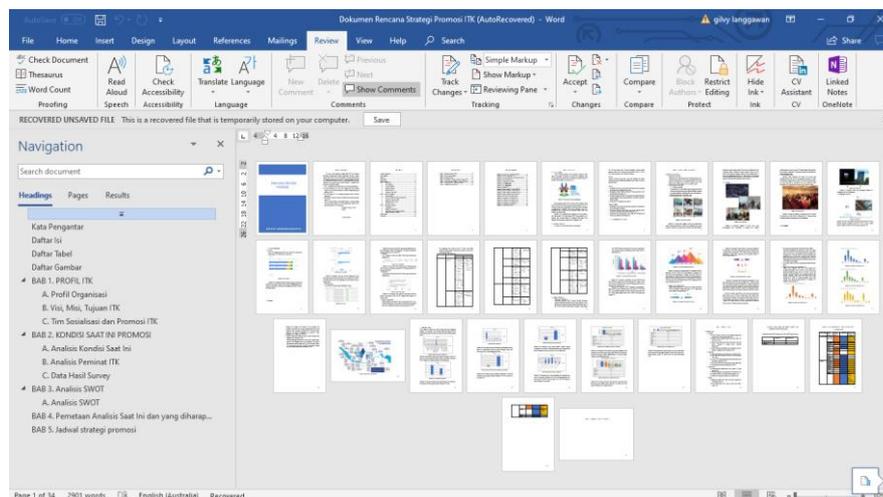
Jenis Media	Media Promosi	Kondisi Saat Ini	Responden	Kondisi Yang diharapkan
Konvensional	Kunjungan Kesekolah			Conditional Dosen dan Mahasiswa
	ITK Expo			
	Billboard			
	Spanduk			
	Brosur			
	Booklet			
	Sosialisasi LTMPT			
	Buku			
	Majalah			
	Koran			
Digital	Instagram			
	Youtube			
	Google			
	Facebook			
	Podcast			
	TV			Btv
	Radio			
	Iklan SMS			Objek Promosi yang berbeda, menjangkau yang belum

				terjangkau ID timur
	Twitter			Kurang Maksimal eng
	Tiktok			
	Line			

Pelayanan Publik: mendahulukan kepentingan publik dalam menentukan hasil kondisi sekarang dan kondisi yang diharapkan. Untuk nilai ini kita lebih mementingkan hasil survey yang diisi oleh masyarakat dalam menentukan hasil.



Gambar 4.22 Notulen Rapat



Gambar 4.23 Draft Dokumen



Gambar 4.24 Persiapan Bahan Rapat

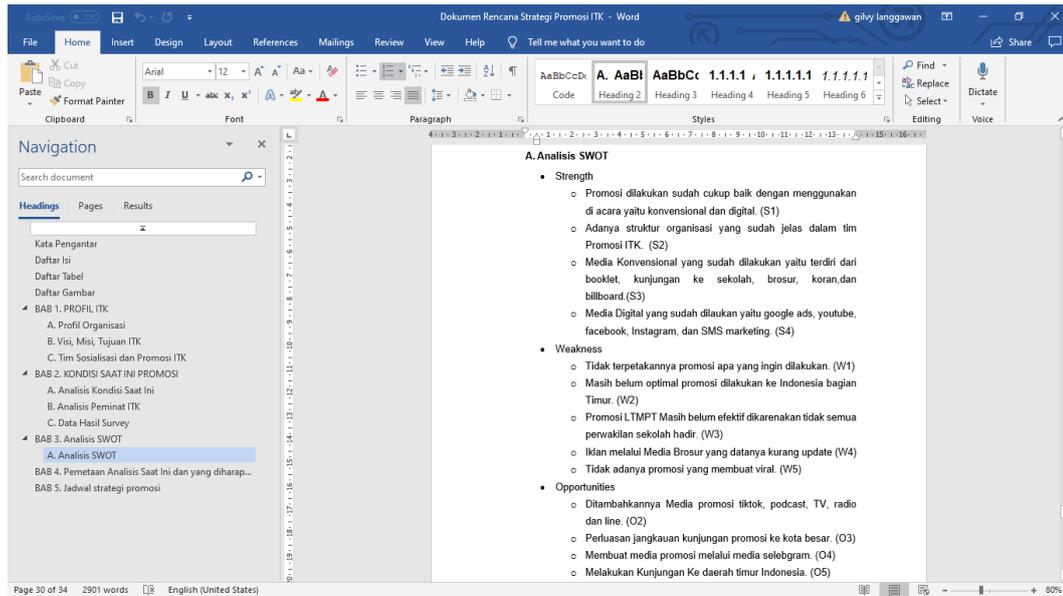
Pada Gambar 2.24 merupakan perisapan bahan rapat dengan gigh **Nasionalisme**: mempersiapkan bahan rapat dengan semangat tinggi.

C. Melakukan Analisis SWOT dan Penyusunan strategi Promosi ITK

Pada kegiatan ke 3 ini dilaksanakan pada 17 – 21 Agustus 2020, dengan memiliki 4 kegiatan **Akuntabilitas**: kejelasan target menyusun aktivitas promosi agar aktivitas tersebut sesuai tujuan ITK. Kejelasan target dibuktikan dengan luaran yaitu draft dokumen strategi yang selesai dilaksanakan selama 5 hari kerja pada kegiatan ke-tiga, yaitu terdiri dari :

1. Penyusunan dan analisis SWOT

Pada kegiatan ini saya melakukan analisis SWOT yang didapatkan pada analisis internal dan eksternal dari promosi ITK, baik itu promosi yang pernah dilakukan oleh Tim Promosi maupun dar Program Studi dan Jurusan yang ada di ITK. SWOT merupakan analisis Strength, Weakness, Opportunities dan Threats. Analisis tersebut bisa dilihat pada Gambar 4.25.

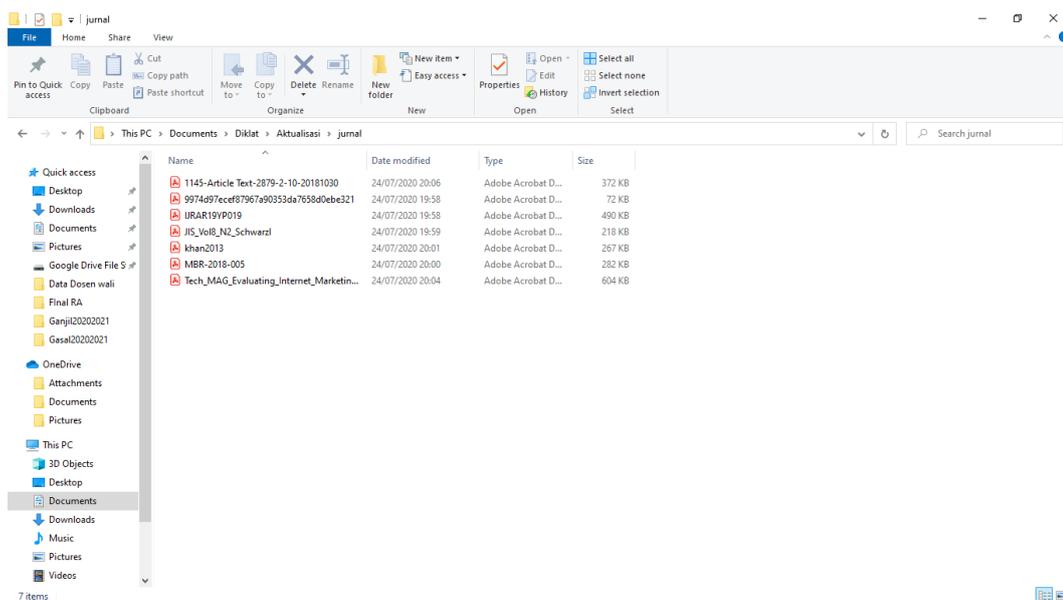


Gambar 4.25 Analisis SWOT.

Nasionalisme: berdoa terlebih dahulu dalam melaksanakan sesuai, kemudian bekerja keras untuk mempelajari ilmu-ilmu baru. Sebelum memulai rapat saya laksanakan dengan berdoa dan ucapan salam ke pada rekan-rekan TIM Promosi.

2. Studi Literatur

Studi literatur untuk melakukan pencarian referensi promosi yang digunakan untuk Pendidikan tinggi, ada 7 referensi yang digunakan dalam penyusunan strategi promosi, ditunjukkan pada Gamabr 4.26.



Gambar 4.26 Studi Literatur Promosi.

3. Menyusun jadwal promosi ITK yang berkelanjutan
 Penyusunan jadwal promosi ini dilaksanakan secara diskusi dengan tim promosi ITK. Jadwal berikut merupakan jadwal selama 1 tahun kegiatan, yang jadwal ini kan digunakan untuk penerimaan mahasiswa baru 2021.

Nama Kegiatan	Bulan Ke-											
	Agustus 1	September 2	Oktober 3	November 4	Desember 5	Januari 6	Februari 7	Maret 8	April 9	Mei 10	Juni 11	Juli 12
	Tahun 2020					Tahun 2021						
						Pengisian Sekolah Data	SNMPTN			Mandiri SEMPTN		
						Uas 22 Januari	Semester baru 22 Feb		Puasa	Puasa		
SPIRIT (opsional online)						Mahasiswa						
Kunjungan Kesekolah												
Balho												
ITK Expo												
Workshop Guru BK												
Spanduk												
Brosur												
Booklet												
Sosialisasi LTMP												
Buku												
Majalah												
Koran												
Instagram												
Youtube												
Google												
Facebook												
Podcast												
TV												
Radio												
Iklan SMS												
Twitter												
Tiktok												
Line												

Gambar 4.27 Studi Literatur Promosi

Gambar 4.27 merupakan jadwal yang disusun untuk kegiatan promosi ITK 2021. **Etika publik:** Saya akan menyusun jadwal promosi dengan teliti dan cerna sehingga menghasilkan dokumen strategi yang bisa digunakan. Penyusunan jadwal dengan teliti dan cermat mengikuti arahan tim promosi dan berdasarkan referensi promosi yang sudah dilaksanakan

4. Menyusun dokumen strategi promosi ITK

Setelah melakukan kegiatan melakukan beberapa kegiatan dari kegiatan pertama sampai kegiatan ke 3. Saya mulai menyusun dokumen strategi. **Anti Korupsi:** bekerja keras dalam menyusun dokumen strategi promosi ITK. Bekerja keras dilakukan seperti pada Gambar 4.28.dengan gigih pantang menyerah.



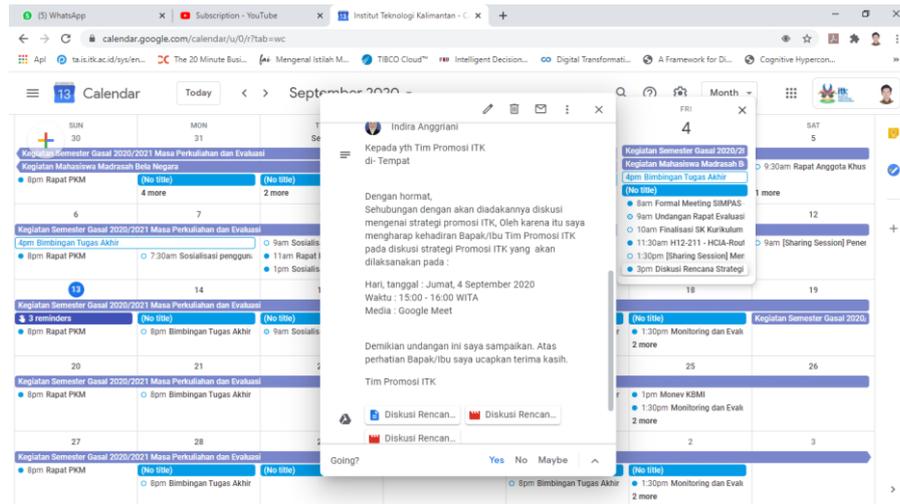
Gambar 4.28 Penyusunan Dokumen Strategi

Gambar 4.28 merupakan kegiatan penyusunan dokumen strategi setelah hasil rapat dan disukusi Bersama Tim Promosi ITK. **Komitmen Mutu:** menguasai Teknik-teknik marketing dan evaluasi nilai dari promosi yang dihasilkan berkualitas. Disini dibuktikan dengan isian form yang dianalisa dengan Teknik marketing, seperti marketing secara konvensional dan digital. **Pelayanan Publik:** Penyusunan dokumen strategi promosi yg akuntabel, efektif, dan efisien dalam mencapai target. Draft dilakukan dengan akuntabel dan efektif efisien dilakukan dengan format digital.

D. Evaluasi dan sosialisasi kepada tim Promosi ITK

Kegiatan ke empat ini dilaksanakan pada tanggal 27 Agustus – 7 September 2020. Dengan memiliki 5 sub bagian kegiatan, seperti berikut:

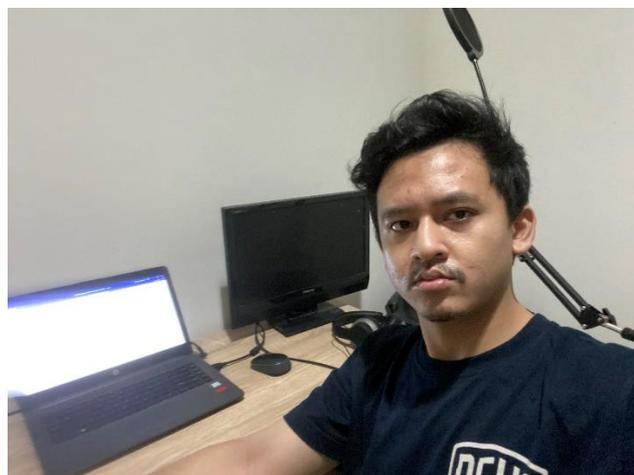
1. Mengundang mengundang tim promosi dalam menghadiri pemaparan hasil dokumen strategi promosi ITK.



Gambar 4.29 Mengundang Tim Promosi hasil Dokumen Strategi ITK.

Gambar 4.29 merupakan undangan yang dilakukan secara elektronik sehingga tidak perlu membuat surat berupa kertas, lebih efisien. **Etika Publik:** menyampaikan undangan rapat evaluasi secara langsung ke pada tim promosi. Undangan disampaikan langsung melalui undangan elektronik terbukti pada Gambar 4.29.

2. Mempersiapkan bahan rapat.

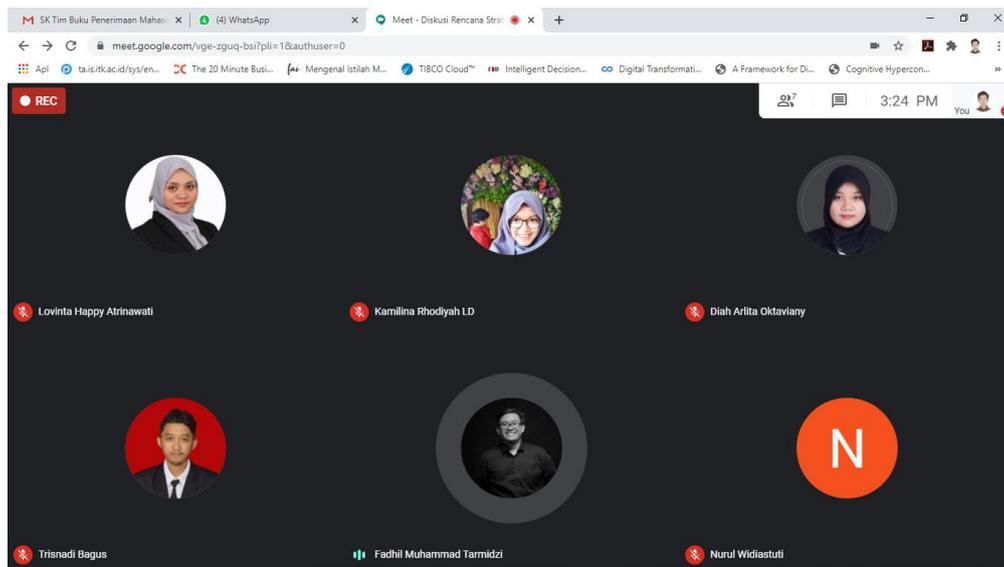


Gambar 4.30 Menyiapkan Bahan Rapat

Gambar 4.30 saya menyiapkan bahan rapat saat malam sebelum melaksanakan rapat kepada TIM promosi. **Nasionalisme:** mempersiapkan bahan rapat dan evaluasi dengan semangat tinggi. Saya memepersipkan bahan rapat denagn semnagat tinggi tanpa kenal Lelah pada Gambar 4.30.

3. Memaparkan dokumen strategi promosi ITK

Pemaparan terakhir dilakukan dengan seluruh anggota TIM promosi melalui media Google meet.



Gambar 4.31 Menyiapkan Bahan Rapat

Gambar 4.31 merupakan pertemuan terakhir yaitu pemaparan dokumen strategi, di hadiri oleh semua anggota TIM Promosi ITK. Agenda yang disampaikan adalah dokumen akhir dari strategi ITK. **Akuntabilitas:** poin yang ada dalam dokumen strategi (hasil survey, analisis kondisi saat ini dan kondisi yang diharapkan, analisis SWOT, alat evaluasi) akan dipaparkan. Point point didalam dokumen sudah dijabarkan semuanya pada saat pertemuan dengan tim promosi ITK, terlihat pada Gambar 4.31.

4. Mencatat kritik dan saran perbaikan dari tim promosi ITK lainnya

Pada kegiatan ini dilakukan pada saat pemaaran ke Tim promosi sebagai saran perbaikan, adapun saran perbaikannya sebagai berikut:

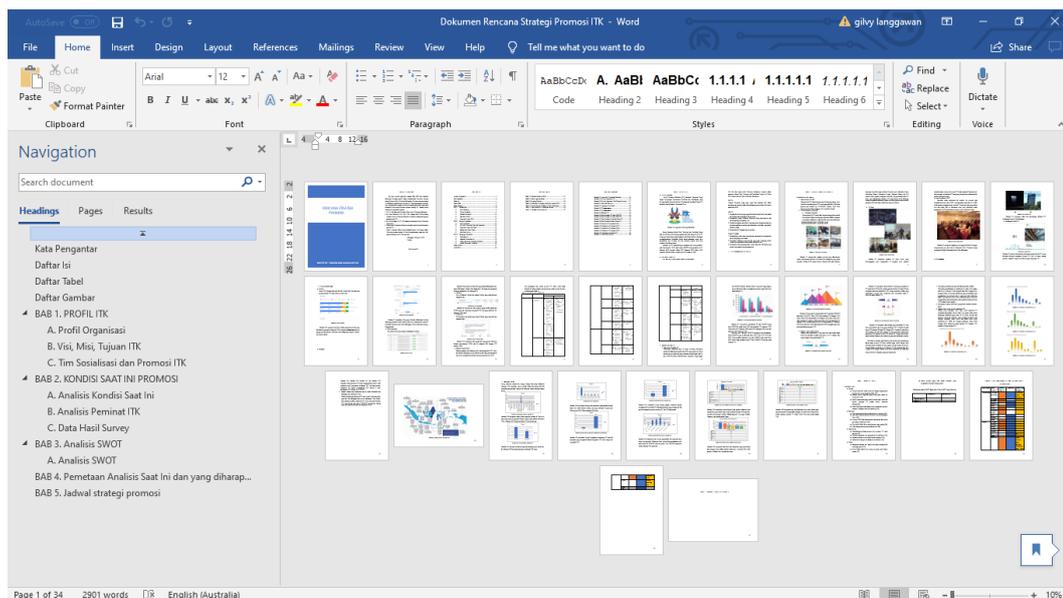
A	B
No	Catatan
	1 Ngundang orang tua
	2 Lebih Cepat
	3 Ngundang perwakilan orang tua
	4 Konten Sosmed

Gambar 4.32 Kritik dan Saran Perbaikan

Gambar 4.32 merupakan catatan perbaikan untuk strategi Promosi memiliki 4 catatan akhir, yang menjadi masukan perbaikan akhir pada dokumen strategi.

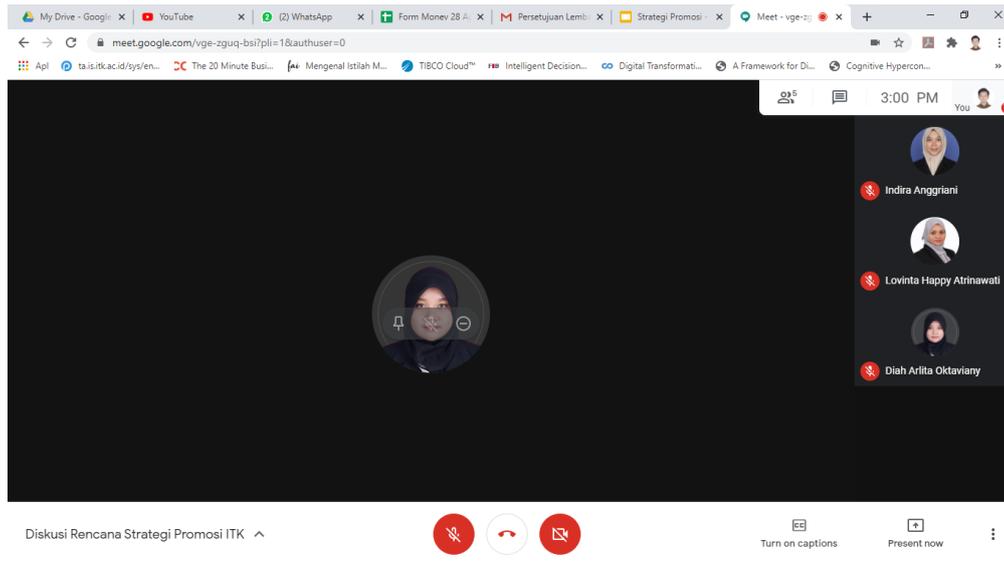
5. Persetujuan Dokumen Strategi oleh koordinator Promosi

Pada Kegiatan ini yaitu dokumen akhir yang telah disetujui oleh Tim Promosi ITK, yang dilakukan pada saat rapat akhir. Sehingga harapannya dokumen ini bisa digunakan kedepannya.



Gambar 4.33 Dokumen Strategi Promosi ITK.

Gambar 4.33 merupakan dokumen akhir dari penyusunan strategi promosi ITK. **Komitmen Mutu:** Dokumen dan hasil evaluasi TIM promosi akan dijadikan perbaikan dan acuan untuk melegalkan dokumen strategi promosi. Dokumen dari kegiatan ketiga akan dijadikan perbaikan akhir sehingga menghasilkan dokumen strategi promosi ITK, ditunjukkan pada Gambar 4.33.



Gambar 4.34 Tepat Waktu

Gambar 4.34. merupakan bukti tepat waktu hadir diskusi yaitu pukul 3:00 WITA. **Anti Korupsi:** disiplin dalam melaksanakan diskusi evaluasi dan sosialisasi, sehingga tepat waktu. Disiplin dalam melaksanakan yaitu datang tepat pada waktu rapat. **WoG:** diskusi dan menyampaikan informasi, koordinasi terkait dokumen strategi promosi ITK, konsultasi dengan mentor. Pada Wo Gini kebetulan mentor juga merupakan bagian dari TIM Promosi sehingga mengetahui betul bagaimana prosesnya. **Pelayanan Publik:** memastikan dokumen strategi promosi ITK yang dihasilkan dapat diimplementasikan. Dengan menentukan dokumen ini sudah disetujui oleh Tim promosi pada saat pertemuan.

E. Role Model



Gambar 4.35 Nadiem Anwar Makarim, B.A., M.B.A

Role Model saya dalam kegiatan aktualisasi ini adalah Nadiem Anwar Makarim, B.A., M.B.A. beliau adalah seorang pengusaha Indonesia yang saat ini menjabat sebagai Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Indonesia pada Kabinet Indonesia Maju pemerintahan Presiden Joko Widodo-K.H Ma'ruf Amin, yang dilantik pada 23 Oktober 2019. Kenapa saya memilih beliau dikarena muda dan juga memiliki bisnis digital, sehingga cita-cita saya adalah menjadi seperti beliau agar bisa mempunyai bisnis digital yang berkembang dan besar.

BAB 5. PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dalam melaksanakan aktualisasi ini memiliki 4 kegiatan yang dilaksanakan dimulai tanggal 3 Agustus - 7 September 2020. Dijalankan dengan lancar dan semuanya dilaksanakan secara daring. Penerapan nilai ANEKA sangat membantu kita dalam disiplin dan menerapkan nilai-nilai dasar ASN. Ini sangat berdampak dalam pengerjaan yang sesuai dengan rencana aktualisasi.

B. Saran

Kegiatan aktualisasi ini semuanya dilakukan secara daring, sangat efisien dalam pelaksanaannya. Kemudian untuk dokumen strategi semoga dapat digunakan dalam promosi ITK dan juga akan ada pengembangan lainnya seperti dilakukannya secara menyeluruh dikaitkan dengan data baru yaitu penerimaan mahasiswa baru 2020.

DAFTAR PUSTAKA

- Institut Teknologi Kalimantan. (2015). *Rencana Strategis Institut Teknologi Kalimantan (2015-2025)*.
- Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2017). *Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Nomor 6 Tahun 2017 tentang Statuta Institut Teknologi Kalimantan*. Jakarta.
- Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2015). *Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi no 40 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Teknologi Kalimantan*. Jakarta.
- Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (2015). *Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No 44 tahun 2015 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi*.
- Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi. (n.d.). *Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No 62 tahun 2017 tentang Tata Kelola Teknologi Informasi*. 2017.
- (2011). *Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) 2011 – 2025*.
- (n.d.). *Majalah Penerimaan Mahasiswa Baru ITK 2019*.
- (n.d.). *Laporan Tim Promosi tahun 2019*
- (n.d.). *Laporan Sebaran UKT tahun 2019*
- Presiden Republik Indonesia. (2005). *Undang-undang no 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen*.

LAMPIRAN



**LEMBAR KONSULTASI COACH
PELATIHAN DASAR CPNS ANGKATAN XII**

Nama : M Gilvy Langgawan Putra, S.Kom., M.MT
 NDH : 21
 JABATAN : Dosen Asisten Ahli
 INSTANSI : Institut Teknologi Kalimantan



No.	Hari / Tanggal	Uraian Konsultasi	Media	Tanda Tangan
1	Kamis/23 2020	Penjelasan Coach	Zoom	<i>[Signature]</i>
2	Senin/25 2020	Bimbingan draft RA	WA	<i>[Signature]</i>
3	Minggu/ 26 2020	Bimbingan Draft RA 2	By phone WA	<i>[Signature]</i>
4	Selasa/ 28 2020	Bimbingan bahan ujian	Zoom	<i>[Signature]</i>
5	Rabu/ Agustus 2020	Melaporkan Progress	WA	<i>[Signature]</i>
6	Minggu/ Agustus 2020	Melaporkan Progress	WA	<i>[Signature]</i>
7	Jumat/ Agustus 2020	Melaporkan Progress	WA	<i>[Signature]</i>
8	Jumat/4 September 2020	Melaporkan Progress	WA	<i>[Signature]</i>
9	Kamis / 10 September 2020	Melaporkan Progress	By Phone WA	<i>[Signature]</i>
10	Senin / 14 September 2020	Melaporkan Progress	By Phone WA	<i>[Signature]</i>
11	Rabu / 16 September 2020	Coaching sebelum Seminar Aktifitas	Zoom	<i>[Signature]</i>

RENCANA STRATEGI PROMOSI

INSTITUT TEKNOLOGI KALIMANTAN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan dokumen rencana strategi Promosi Institut Teknologi Kalimantan. Dokumen rencana strategi ini diharapkan menjadi acuan promosi ITK. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu tersusunnya dokumen rencana strategi ITK. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Ir. Budi Santosa Ph.D selaku Rektor Insitut Teknologi Kalimantan.
2. Ibu Nurul Widiastuti, S.Si., M.Si., PhD sebagai Wakil Rektor bidang Akademik Institut Teknologi Kalimantan, sekaligus sebagai penanggung jawab promosi ITK.
3. Ibu Lovinta Happy A, S.T .,M.T sebagai ketua promosi Institut Teknologi Kalimantan.
4. Rekan-rekan Tim promosi lainnya, yang telah mendukung terlaksananya promosi ITK.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Dokumen rencana strategi ini. Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan.

Balikpapan, 28 Agustus 2020

Penulis,

Tim Promosi ITK

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi ii	
Daftar Tabel	iii
Daftar Gambar	iv
BAB 1. PROFIL ITK.....	6
A. Profil Organisasi.....	6
B. Visi, Misi, Tujuan ITK	6
BAB 2. KONDISI SAAT INI PROMOSI.....	8
A. Analisis Kondisi Saat Ini.....	8
B. Analisis Peminat ITK.....	17
C. Data Hasil Survey	47
BAB 3. Analisis SWOT	52
A. Analisis SWOT	52
BAB 4. Pemetaan Analisis Saat Ini dan yang diharapkan	54
BAB 5. Jadwal strategi promosi	47

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Analisis Media Promosi ITK.....	15
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Institut Teknologi Kalimantan.....	6
Gambar 2.1 Kunjungan Ke Sekolah	8
Gambar 2.2 ITK <i>Open House</i>	9
Gambar 2.3 ITK <i>Open House</i>	10
Gambar 2.4 Billboard ITK	11
Gambar 2.5 Booklet ITK	11
Gambar 2.6 Iklan Youtube.....	12
Gambar 2.7 Iklan Instagram	13
Gambar 2.8 Iklan SMS	13
Gambar 2.9 Iklan Facebook	14
Gambar 2.10 Iklan Google Ads	14
Gambar 2.11 Data Pendaftar ITK Jalur SNMPTN	18
Gambar 2.12 Data Pendaftar ITK Jalur SBMPTN	19
Gambar 2.13 Data Akreditasi A Sekolah Siswa ITK.....	19
Gambar 2.14 Data Akreditasi Sekolah Siswa ITK	20
Gambar 2.15 Distribusi UKT Angkatan 2016.....	21
Gambar 2.16 Distribusi UKT Angkatan 2017.....	22
Gambar 2.17 Distribusi UKT Angkatan 2018.....	22
Gambar 2.18 Distribusi UKT Angkatan 2019.....	22
Gambar 2.19 Asal Daerah Pendaftar ITK.....	24
Gambar 2.20 Sebaran Provinsi Responden	47
Gambar 2.21 Jenis Kelamin Responden	47
Gambar 2.22 Usia Responden	48
Gambar 2.23 Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap ITK	48
Gambar 2.24 Survey Tentang Promosi ITK.....	49
Gambar 2.25 Survey Penghasilan Responden	49
Gambar 2.26 Media Promosi Yang pernah Didapatkan	50
Gambar 2.27 Saran Media Promosi Konvensional.....	50

Gambar 2.28 Saran Media Promosi Digital51

BAB 1. PROFIL ITK

A. Profil Organisasi

Institut Teknologi Kalimantan (ITK) Merupakan Perguruan Tinggi Negeri Dilingkungan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, yang dulunya dibawah Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi, ITK berada di Kota Balikpapan, Kalimantan Timur.



Gambar 1.1 Logo Institut Teknologi Kalimantan

Sesuai Peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi yaitu No. 40 Tahun 2015 tentang organisasi dan Tata Kerja (OTK) ITK. ITK mempunyai tugas dalam penyelenggaraan Pendidikan akademik dan dapat menyelenggarakan Pendidikan vokasi dalam beberapa rumpun ilmu pengetahuan dan teknologi, dan jika memenuhi syarat maka akan membuka Pendidikan profesi.

Pendaftar di ITK setiap tahunnya mengalami naik turun pendaftar, yaitu dimulai tahun 2016 melalui jalur SNMPTN total pendaftar di ITK sebanyak 3029, kemudian ditahun 2017 sebanyak 2629, ditahun 2018 sebanyak 2834 dan ditahun terakhir yaitu 2019 sebanyak 1026.

B. Visi, Misi, Tujuan ITK

Visi, Misi dan Tujuan Institut Teknologi Kalimantan

Visi, Misi dan tujuan Insitut Teknologi Kalimantan tercantum dalam peraturan Menteri Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi No. 6 Tahun 2017 tentang Statuta di Institut Teknologi Kalimantan.

Visi ITK:

“Menjadi Perguruan tinggi yang unggul dan berperan aktif dalam pembangunan nasional melalui pemberdayaan potensi daerah Kalimantan pada tahun 2035”

Misi ITK :

1. Menghasilkan lulusan yang unggul dan berbudi pekerti luhur yang dapat berkontribusi dalam pembangunan nasional;
2. Menghasilkan karya Tridharma Perguruan Tinggi yang bermutu dan bermanfaat bagi masyarakat ; dan
3. Memberikan layanan pendidikan tinggi yang prima dengan berdasarkan prinsip pengelolaan organisasi yang transparan, akuntabel, responsibel, adil dan kredibel
4. Mewujudkan ITK sebagai kampus merdeka

Tujuan ITK adalah

1. Menghasilkan sumber daya manusia yang menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi bagi kemanusiaan;
2. Mewujudkan ketahanan energi nasional yang ramah lingkungan melalui inovasi teknologi berbasis potensi daerah Kalimantan; dan
3. Mewujudkan teknologi pengelolaan sumber daya alam Kalimantan yang mendorong kemajuan ekonomi masyarakat.

BAB 2. KONDISI SAAT INI PROMOSI

A. Analisis Kondisi Saat Ini

1. Dana Promosi ITK 2020

Dana promosi ITK setiap tahunnya memiliki dana yang besar, untuk melakukan kegiatan promosi ITK, contohnya pada tahun 2020 dana promosi yaitu sebesar Rp. 174.785.000,- (Seratus Tujuh Puluh Empat Juta Tujuh Ratus Delapan Puluh Lima Ribu Rupiah).

2. Promosi Media Konvensional

- Kunjungan Kesekolah

Proses promosi di ITK masih dilakukannya menggunakan metode konvensional, adapun metode yang digunakan adalah kunjungan ke sekolah-sekolah baik itu dilakukan oleh dosen dan mahasiswa.

KUNJUNGAN SEKOLAH



Gambar 2.1 Kunjungan Ke Sekolah

Gambar 2.1 menunjukkan kegiatan promosi yang dilaksanakan secara konvensional dilakukan oleh dosen dan mahasiswa, yang mana semenjak Oktober 2019 sampai dengan Februari 2020 telah diadakan

kunjungan kesekolah yang tersebar di 5 provinsi, yaitu Kalimantan Utara, Kalimantan Selatan, Kalimantan Tengah, Sulawesi Selatan dan DKI Jakarta. Selain kegiatan kunjungan kesekolah kita juga melaksanakan ITK Expo, yang dilaksanakan dikampus ITK. Open house di ITK dilakukan dengan mengadakan pameran program studi dan juga perkuliahan parallel yang bisa diikuti oleh calon mahasiswa maupun orang tua.

- ITK Expo



Gambar 2.2 ITK Open House

Gambar 2.2 merupakan kegiatan ITK Open House, yang diselenggarakan untuk mengenalkan 14 program studi, kegiatan

kemahasiswaan, serta produk inovasi ITK, adapun laporan Total yang hadir dalam kegiatan ini sebanyak 275 orang yang mengikuti perkuliahan parallel ataupun menghadiri expo.

- Acara Sosialisasi LTMPT

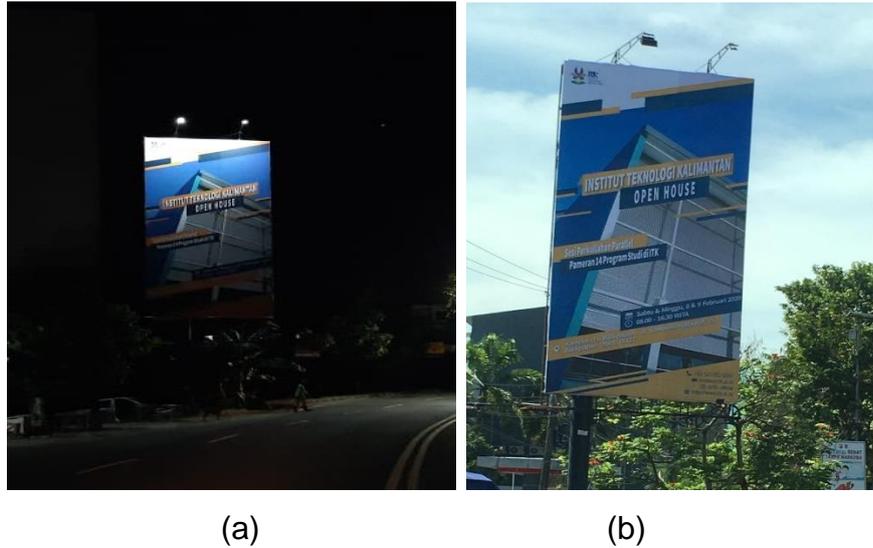
Kemudian selain melakukan hal tersebut, tim promosi juga menyebarkan brosur dari LTMPT, sehingga pada saat acara ITK, maka melaksanakan pembagian brosur tersebut. Tim promosi juga mengundang guru dan siswa SMA se Kalimantan timur untuk menghadiri acara pengarahan LTMPT dan pameran Program studi di Hotel Grand Jatra.



Gambar 2.3 ITK Open House

Gambar 2.3 merupakan kegiatan promosi yang dilakukan ITK dengan mengumpulkan guru dan siswa se Kalimantan Timur. Tim promosi juga memasang billboard di beberapa lokasi di Kota Balikpapan.

- Iklan *Billboard*



Gambar 2.4 Billboard ITK

Gambar 2.4 merupakan salah satu pemasangan billboard ITK di beberapa lokasi di Kota Balikpapan.

- Penyebaran Booklet ITK



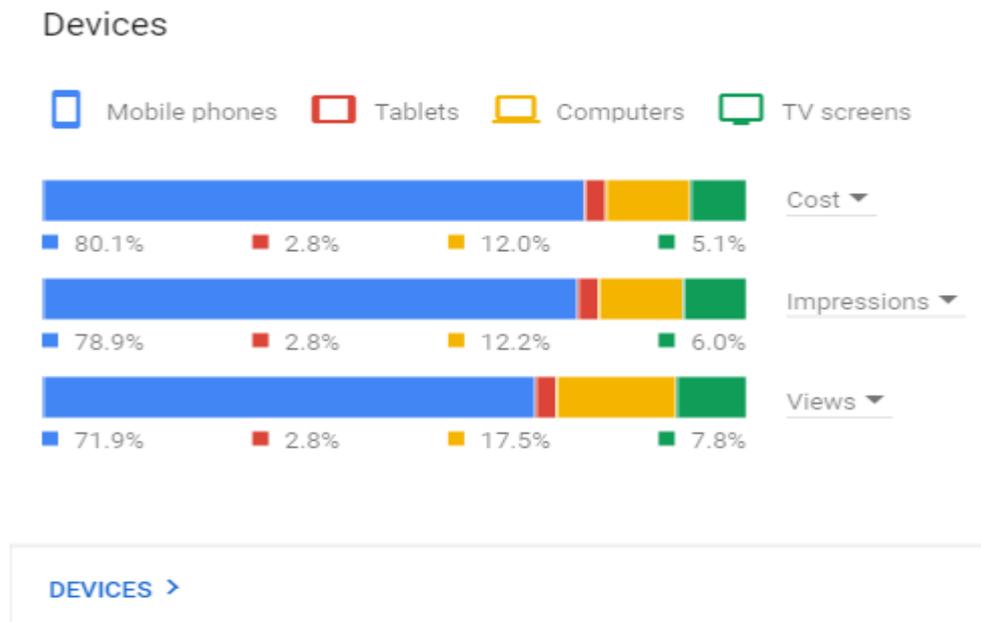
Gambar 2.5 Booklet ITK

Gambar 2.5 menunjukkan gambar media promosi yaitu booklet ITK, yang berisikan deskripsi mengenai informasi ITK, baik itu dosen, tenaga pendidik, kegiatan, Program studi dan hal yang menyangkut ITK.

3. Promosi Media Digital

- Youtube

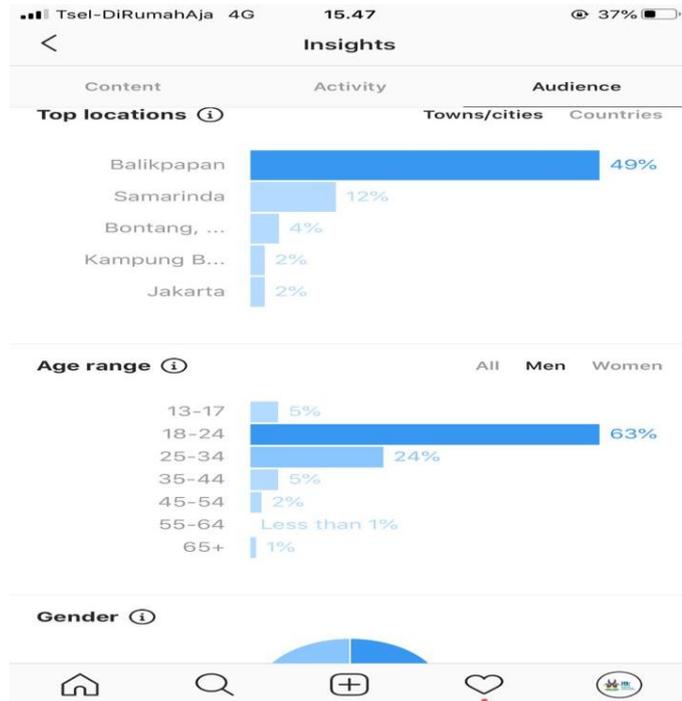
Promosi ITK menggunakan youtube untuk media iklan, yang berguna memperkenalkan ITK melalui jejaring social video.



Gambar 2.6 Iklan Youtube

Gambar 2.6 merupakan hasil dari Analisa pengguna youtube yang berdasarkan perangkat, sebanyak 78.9% merupakan *impression* penonton pengguna mobile phones, kemudian urutan selanjutnya computer, televisi, dan terakhir tablets.

- Instagram



Gambar 2.7 Iklan Instagram

Gambar 2.7 merupakan iklan yang dilakukan di beberapa foto dan video yang di publish melalui feed IG dan story. Pada promosi media IG lokasi balik dominan masih dikota Balikpapan, diikuti samarinda, bontang, hingga Jakarta.

- SMS Advertising

Iklan SMS ini kita menggunakan beberapa titik lokasi.

#	Tipe	Masking	Isi Pesan	Status	Catatan	Jadwal
1	#12527 Targeted	ITK	ITK, terakreditasi B BAN-PT dgn dosen berkualitas menerima Mhsw Baru melalui jalur UTBK-SBMPTN dan SUMMIT. Info detail kunjungi laman www.itk.ac.id.	Completed		23 Jul 2020 - 23 Jul 2020-6
2	#12529 Targeted	ITK	ITK, terakreditasi B BAN-PT dgn dosen berkualitas menerima Mhsw Baru melalui jalur UTBK-SBMPTN dan SUMMIT. Info detail kunjungi laman www.itk.ac.id.	Completed		23 Jul 2020 - 23 Jul 2020-6
3	#12530 Targeted	ITK	ITK, terakreditasi B BAN-PT dgn dosen berkualitas menerima Mhsw Baru melalui jalur UTBK-SBMPTN dan SUMMIT. Info detail kunjungi laman www.itk.ac.id.	Completed		23 Jul 2020 - 23 Jul 2020-6
4	#12528 Targeted	ITK	ITK, terakreditasi B BAN-PT dgn dosen berkualitas menerima Mhsw Baru melalui jalur UTBK-SBMPTN dan SUMMIT. Info detail kunjungi laman www.itk.ac.id.	Completed		24 Jul 2020 - 24 Jul 2020-6
5	#12526 Targeted	ITK	ITK, terakreditasi B BAN-PT dgn dosen berkualitas menerima Mhsw Baru melalui jalur UTBK-SBMPTN dan SUMMIT. Info detail kunjungi laman www.itk.ac.id.	Completed		25 Jul 2020 - 25 Jul 2020-6
6	#12525 Targeted	ITK	ITK, terakreditasi B BAN-PT dgn dosen berkualitas menerima Mhsw Baru melalui jalur UTBK-SBMPTN dan SUMMIT. Info detail kunjungi laman www.itk.ac.id.	Completed		25 Jul 2020 - 25 Jul 2020-6

Gambar 2.8 Iklan SMS

Gambar 2.8 menunjukkan iklan SMS, yang disebar di beberapa lokasi, seperti Balikpapan, Penajam dan Banjarmasin. Sehingga jika masyarakat disekitar mendapatkan info mengenai ITK.

- Facebook

Iklan di Facebook, kita lakukan selama 3 bulan, yang mana hasilnya sebagai berikut :

	Nama Kampanye	Penayangan	Jangkauan	Impresi	Klik (Semua)
	Institut Teknologi Kalimantan - Bulan 3	● Aktif	45.385	67.744	2.074

Gambar 2.9 Iklan Facebook

Gambar 2.9 menunjukkan iklan facebook yang memiliki jangkauan 45.385 orang, dan impresinya mencapai 67.744, dan yang melakukan klik sebanyak 2.074 orang.

- Google Ads

Iklan digoogle kita lakukan juga selama 3 bulan, yang mana hasilnya sebagai berikut:



Ad	Impressions	Clicks	CTR
● Enabled	13,789	588	4.26%

Gambar 2.10 Iklan Google Ads

Gambar 2.10 merupakan iklan google ads yang pernah dilakukan dengan impressionnya 13.789, dan klik sebanyak 588, dengan CTR sebesar 4.26%.

- Website Program Studi

Website program studi dibangun untuk menunjang prodi di ITK untuk bisa diakses oleh banyak orang. Website tersebut berguna masyarakat yang ingin mendapatkan informasi mengenai program studi di ITK.

Dari pemaparan hasil media promosi ITK diatas, maka dapat disimpulkan bahwa analisis masing-masing media promosi tersebut, dijelaskan pada Tabel 2.1

Tabel 2.1 Hasil Analisis Media Promosi ITK

Jenis Promosi	Media Promosi	Hasil analisis	
		Kelebihan	Kekurangan
Konvensional	Kunjungan Kesekolah	<ul style="list-style-type: none"> • Siswa Lebih mendapatkan pengalaman dan interaksi langsung. • Murah Biaya karena menyebarkan informasi melalui mahasiswa ITK dari asal daerah. • Kebanggaan mahasiswa ITK yang berasal dari daerah atau sekolah yang dikunjungi. 	<ul style="list-style-type: none"> • Data Evaluasi yang tidak didapatkan. • Untuk yang melibatkan dosen, membutuhkan biaya tinggi.
	ITK Expo	<ul style="list-style-type: none"> • Orang Luar Bisa mengenal ITK dari fasilitas, kegiatan, hasil penelitian dan dosen • Mewadahi prodi untuk melakukan promosi 	<ul style="list-style-type: none"> • Membutuhkan Dana Besar • Melibatkan Banyak Orang

	Sosialisasi LTMP	<ul style="list-style-type: none"> • Memfasilitasi perwakilan sekolah untuk mengetahui ITK dan Proses Seleksi ITK 	<ul style="list-style-type: none"> • Undangan dan yang hadir tidak sesuai harapan
	Billboard	<ul style="list-style-type: none"> • Di spot tertentu masyarakat akan membaca informasi tentang ITK. 	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Mahal • Tidak Terlalu informatif
	Booklet	<ul style="list-style-type: none"> • Mempermudah masyarakat dalam mengenal ITK melalui media konvensional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bisa menjadi sampah • Biaya tidak murah
	Brosur	<ul style="list-style-type: none"> • Masyarakat memahami secara singkat tentang ITK 	<ul style="list-style-type: none"> • Menghasilkan sampah
Digital	Youtube	<ul style="list-style-type: none"> • Media Promosi Video • Menjangkau anak muda • 24 jam iklan. • Lebih mudah ditemukan di youtube 	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Mahal • Hanya pengguna mobile yang banyak menggunakan
	Website Prodi	<ul style="list-style-type: none"> • Informatif • Bisa di akses dimana saja 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurang update • Prodi tidak melakukan informasi secara

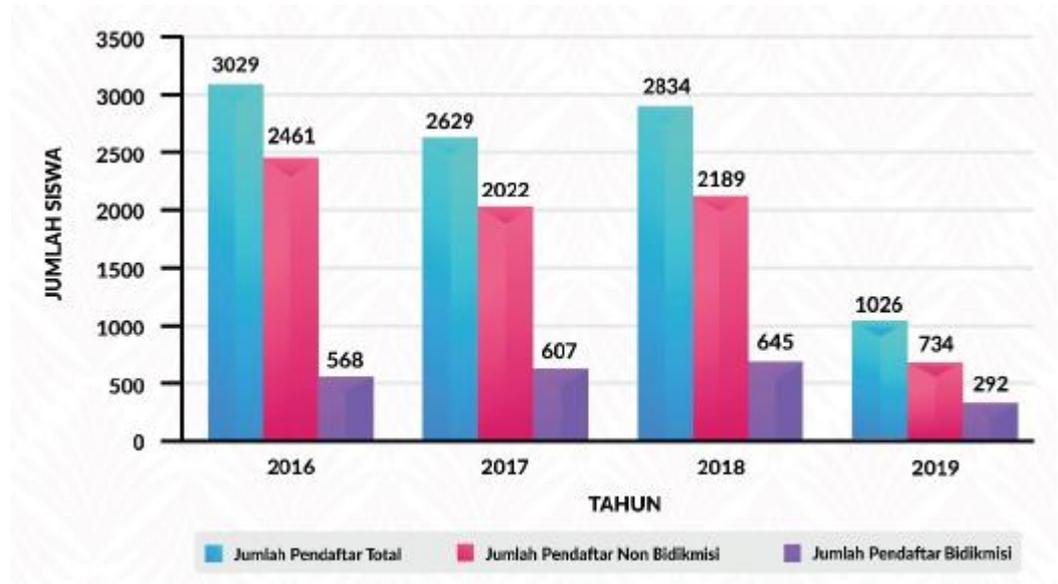
			maksimal di website
	Facebook	<ul style="list-style-type: none"> • Banyak menjangkau segala usia • Mudah diakses 	<ul style="list-style-type: none"> • Anak muda jarang buka FB
	SMS Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Informasi sesuai tempat yang menjadi target • Informasi yang informatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Mahal • Tidak ada laporan siapa saja penerima smsnya • Tidak ada ukuran keberhasilan.
	Google Ads	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu dalalam di mesin pencari google dengan kata kunci tertentu. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil tidak terlalu berdampak
	Instagram	<ul style="list-style-type: none"> • Sangat mendukung promosi • Anak muda banyak yang mengakses • Lebih aktif • Lebih informatif 	<ul style="list-style-type: none"> • Konten masih anak muda. • Tidak semua Orang tua tidak menggunakan IG

B. Analisis Peminat ITK

1. Data Animo Pendaftar ITK

Penerimaan mahasiswa baru di Institut Teknologi Kalimantan pertama kali dilaksanakan pada tahun 2015, yang mana untuk tahun pertama animo mahasiswa yang mendaftar sangat banyak, baik itu jalur SNMPTN (Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri)

dan SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri), namun dari tahun ketahun mengalami penurunan, seperti ditunjukkan pada Gambar 2.11.



Gambar 2.11 Data Pendaftar ITK Jalur SNMPTN

Gambar 2.11 menunjukkan pendaftaran ITK jalur SNMPTN pada tahun 2016-2019, pada tahun 2016 total pendaftar ITK sebanyak 3029 siswa, tahun 2017 sebanyak 2629 siswa, 2018 sebanyak 2834 siswa dan pada tahun 2019 sebanyak 1026.

Kemudian untuk data jalur SBMPTN mengalami naik pendaftaran, seleksi SBMPTN juga dimulai pada tahun 2015, 2016, 2017, 2018 dan 2019. Total pendaftar terbanyak untuk jalur SBMPTN yaitu pada tahun 2018. Berikut data pendaftar siswa ITK jalur SBMPTN ditunjukkan pada Gambar 2.12.



Gambar 2.12 Data Pendaftar ITK Jalur SBMPTN

Gambar 2.12 menunjukkan data pendaftar di ITK pada jalur SBMPTN pada tahun 2015-2019. Tahun 2015 total pendaftar ITK sebanyak 1719 siswa, Tahun 2016 total pendaftar ITK sebanyak 2913 siswa, Tahun 2017 total pendaftar ITK sebanyak 3169 siswa, Tahun 2018 total pendaftar ITK sebanyak 3555 siswa dan pada Tahun 2019 total pendaftar ITK sebanyak 2024 siswa. Maka dari itu bias dilihat pada tahun 2019 mengalami penurunan animo pendaftar yang masuk ITK.

2. Sebaran calon mahasiswa ITK.

Sebaran calon mahasiswa ITK yang berkualitas tidak merata dapat dilihat dari akreditasi sekolah yang masuk ke ITK, adapun data tersebut dapat dilihat pada Gambar 2.13.



Gambar 2.13 Data Akreditasi A Sekolah Siswa ITK

Gambar 2.13 merupakan data akreditasi A siswa yang mendaftar di ITK, pada tahun 2018 jumlah sekolah yang terakreditasi A hanya 50% dan mengalami penurunan pada tahun 2019, yang prosentase sekolah yang terakreditasi A hanya 40%, sedangkan yang terakreditasi selain A, ditunjukkan pada Gambar 2.14.



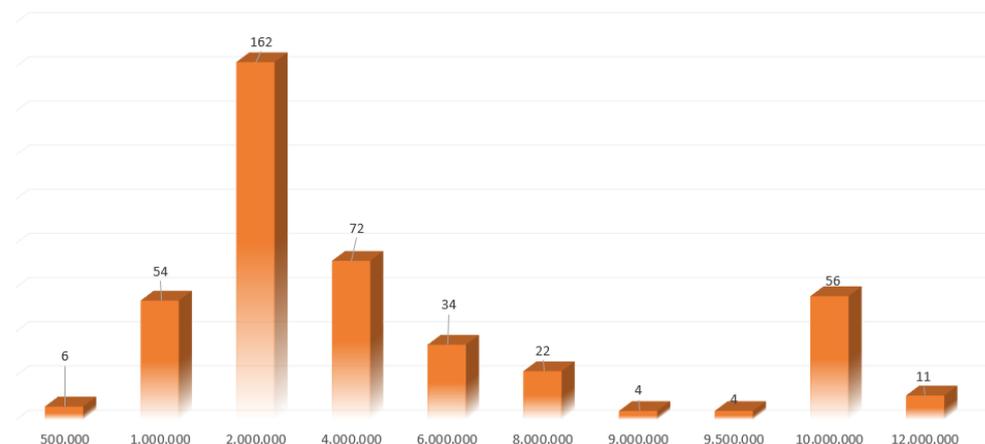
Gambar 2.14 Data Akreditasi Sekolah Siswa ITK

Gambar 2.14 merupakan data sekolah yang terakreditasi B, C dan Belum terakreditasi dari siswa yang mendaftar di ITK. Akreditasi B pada tahun 2018 sebesar 30% dan 2019 sebesar 25%, Akreditasi C pada tahun 2018 sebesar 10% dan 2019 sebesar 5%, dan yang belum terakreditasi pada tahun 2018 sebesar 5% dan 2019 sebesar 5%. Dengan data tersebut dapat dikatakan Sebaran calon mahasiswa yang berkualitas belum merata.

Pemilihan isu tersebut juga didukung oleh mentor yang menyebutkan bahwa target promosi ITK harus memiliki target sesuai dengan Matri Penilaian Laporan Evaluasi Diri dan Laporan Kinerja Program Studi untuk Program Sarjana, pada matriks no 15 elemen C.3.4.b mengenai Daya Tarik Program Studi, dengan indicator Animo calon mahasiswa dan mahasiswa asing, maka dari itu harapan yang ingin dicapai yaitu:

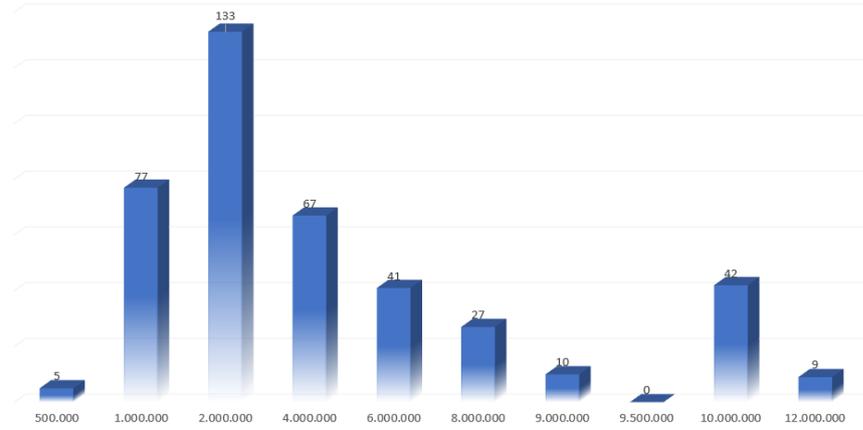
1. Peningkatan pendaftar atau peminat Mahasiswa Baru (MaBa).
Peningkatan pendaftar/animo mahasiswa ini sudah di atur dalam matriks no 15 elemen C.3.4.b mengenai Daya Tarik Program Studi, dengan indicator Animo calon mahasiswa, yang mana apabila ingin mendapatkan skor tertinggi yaitu 4, maka yang harus dilakukan adalah meningkatkan animo calon mahasiswa yang ditunjukkan dengan adanya tren peningkatan jumlah pendaftar secara signifikan (>10%) dalam 3 tahun terakhir.
2. Peningkatan Kualitas MABA baik segi prestasi, akademik dan lain-lainya.
3. Sebaran status sosial ekonomi mahasiswa ITK.
Sebaran yang diharapkan untuk status sosial mahasiswa ITK mengalami peningkatan kurva ke dari kiri ke kanan, dalam artian harapannya mahasiswa yang masuk di ITK bukan dominan dari kalangan menengah kebawah, namun harapannya banyak dari kalangan menengah keatas, berikut data terbaru status social mahasiswa ITK, dilihat dari kategori pembyaran Uang Kuliah Tunggal (UKT), ditunjukkan pada Gambar 2.15, Gambar 2.16, Gambar 2.18 dan Gambar 2.19.

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2016



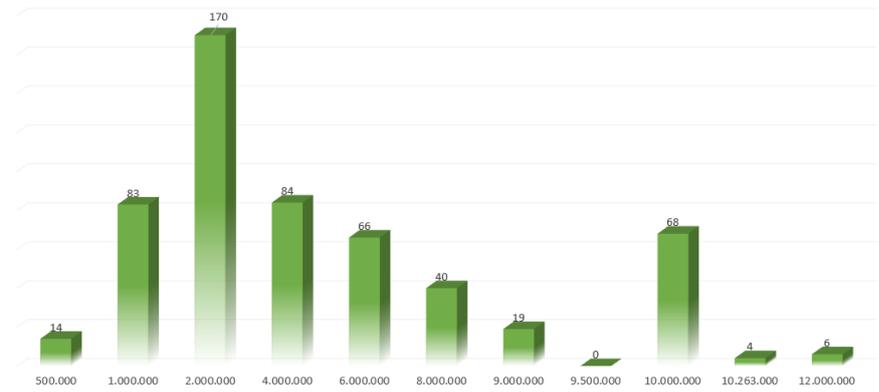
Gambar 2.15 Distribusi UKT Angkatan 2016

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2017



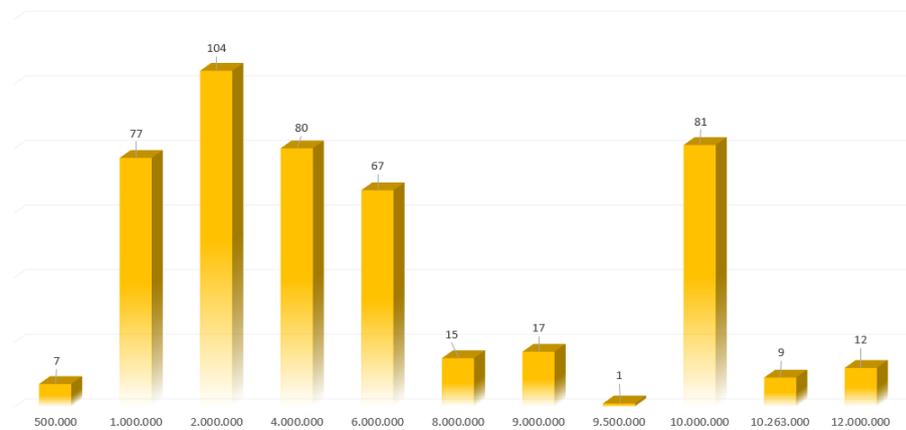
Gambar 2.16 Distribusi UKT Angkatan 2017

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2018



Gambar 2.17 Distribusi UKT Angkatan 2018

DISTRIBUSI UKT TA.2019/2020 ANGKATAN 2019



Gambar 2.18 Distribusi UKT Angkatan 2019

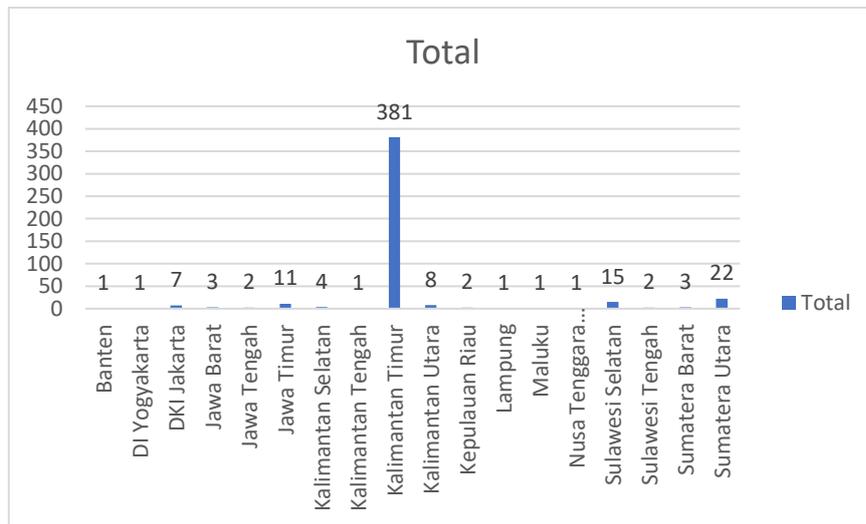
Gambar 2.15, Gambar 2.16, Gambar 2.17 dan Gambar 2.18 merupakan data penerima UKT yang menggambarkan status social mahasiswa untuk kemampuan membayar UKT, dari data tersebut mahasiswa ITK banyak mendapatkan UKT kategori 3, yaitu pembayaran UKT sebesar Rp. 2.000.000.,-.

4. Sebaran daerah asal mahasiswa saat ini masih didominasi dari Balikpapan dan Kalimantan Timur.

Sebaran daerah asal mahasiswa ITK saat ini masih di dominasi yaitu mayoritas, dari Balikpapan dan provinsi kalimantan Timur, berikut data sebaran pendaftar mahasiswa ITK, ditunjukkan pada Gambar 2.19 menunjukkan dari tahun 2016-2019 menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berasal dari Kalimantan Timur.

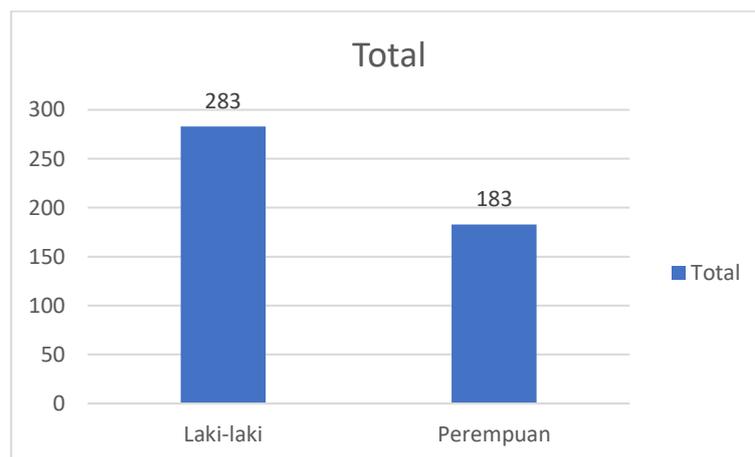
C. Data Hasil Survey

Survey dilakukan selama satu minggu, dengan data yang didapatkan sebanyak 470 responden. namun setelah diolah data hanya ada 466 responden yang tersebar 18 provinsi di Indonesia. Adapun datanya sebagai berikut.



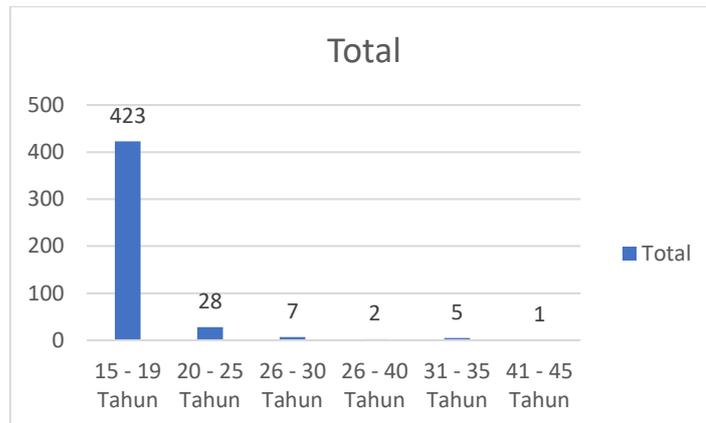
Gambar 2.20 Sebaran Provinsi Responden

Gambar 2.20 merupakan sebaran data responden tersebar di 18 provinsi, yang mana provinsi yang paling banyak mengisi yaitu adalah Kalimantan Timur, sebanyak 381. Sisanya tersebar di 17 provinsi lainnya.



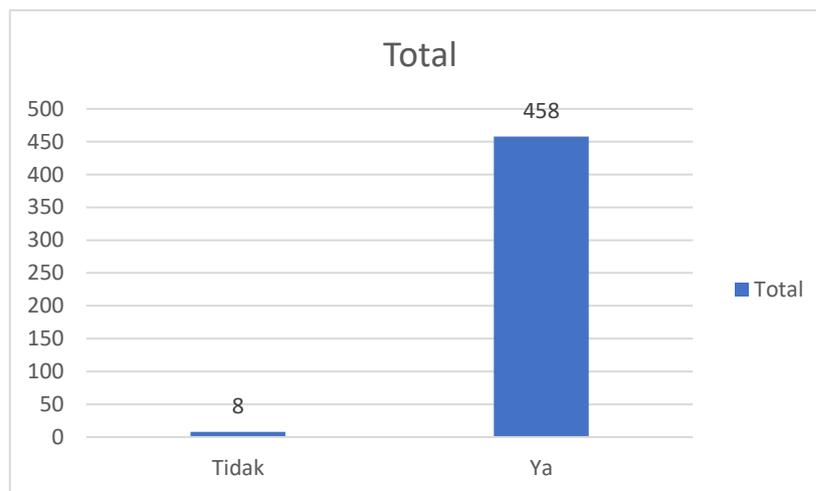
Gambar 2.21 Jenis Kelamin Responden

Gambar 2.21 menunjukkan bahwa responden terbanyak yaitu adalah laki-laki sebanyak 283 orang dan perempuan sebanyak 183 orang.



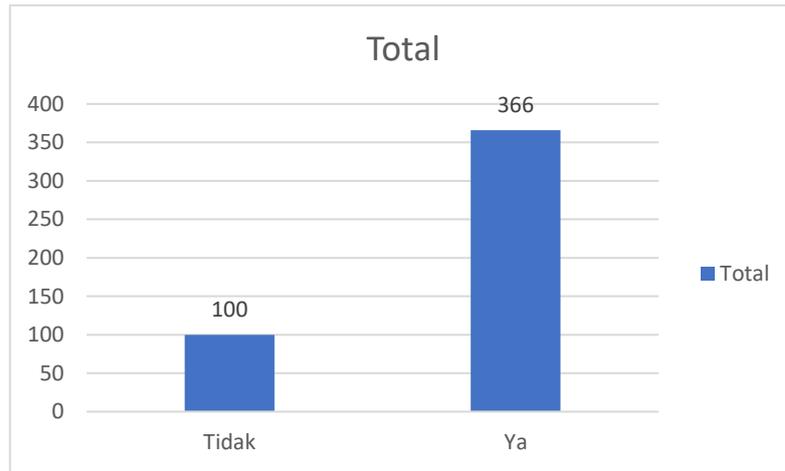
Gambar 2.22 Usia Responden

Gambar 2.22 merupakan rentang usia responden, pada gambar tersebut dapat kita ketahui bahwa rentang usia yang terbanyak mengisi yaitu direntang usia 15-19 Tahun sebanyak 423 orang.



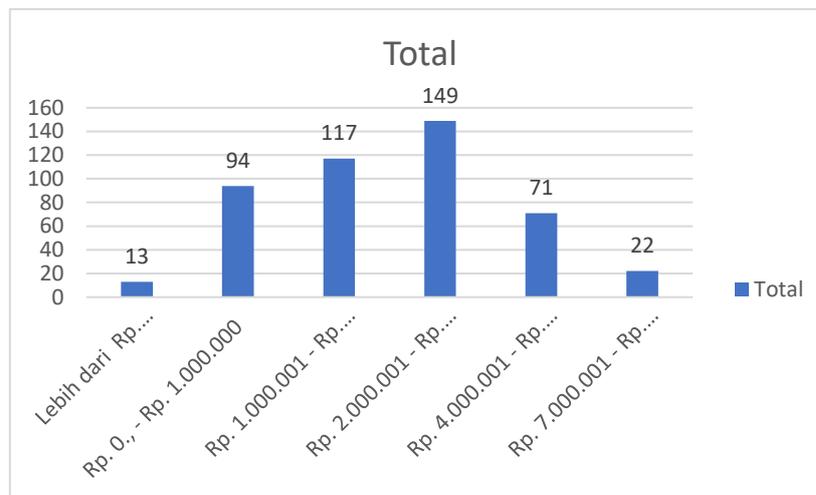
Gambar 2.23 Tingkat Pengetahuan Responden Terhadap ITK

Gambar 2.23 merupakan Tingkat Pengetahuan Responden ITK, ada 458 responden yang mengatakan bahwa mengetahui ITK dan 8 orang tidak mengetahui ITK.



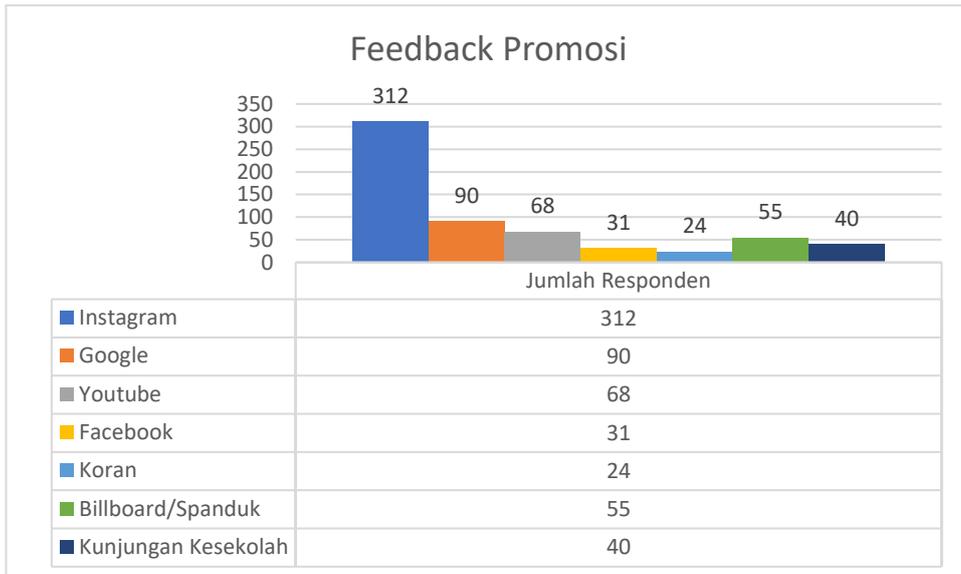
Gambar 2.24 Survey Tentang Promosi ITK

Gambar 2.24 merupakan survey tentang apakah masyarakat pernah mendapatkan Promosi dari ITK. Berdasarkan hasil survey mengatakan 366 pernah mendapatkan promosi tentang ITK, dan 100 tidak pernah.



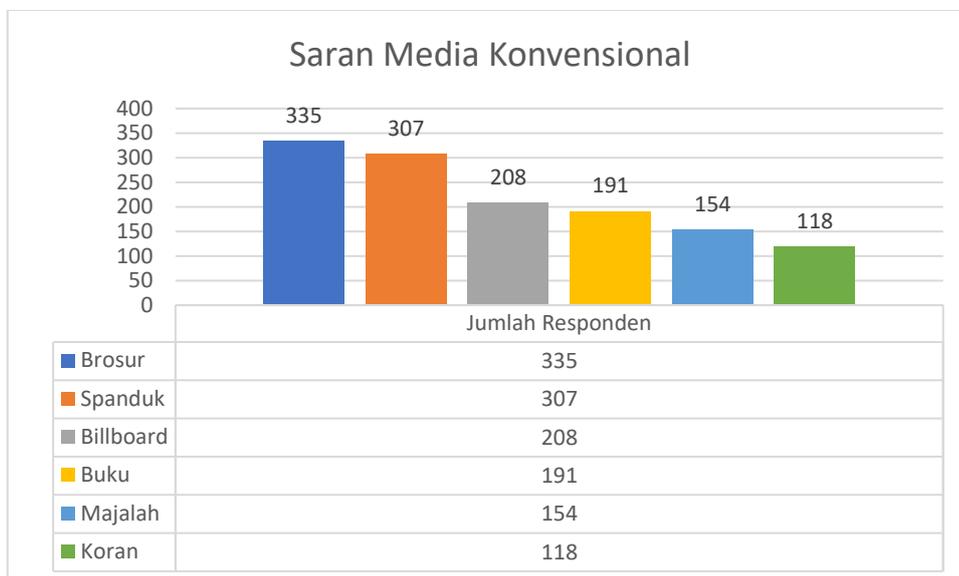
Gambar 2.25 Survey Penghasilan Responden

Gambar 2.25 Merupakan hasil survey penghasilan dari responden atau orang tua responden. Berdasarkan hasil survey bahwa pendapatan rata” yaitu sekitar Rp. 2.000.000 (dua juta rupiah) – Rp. 4.000.000 (empat juta rupiah) sebanyak 149 responden.



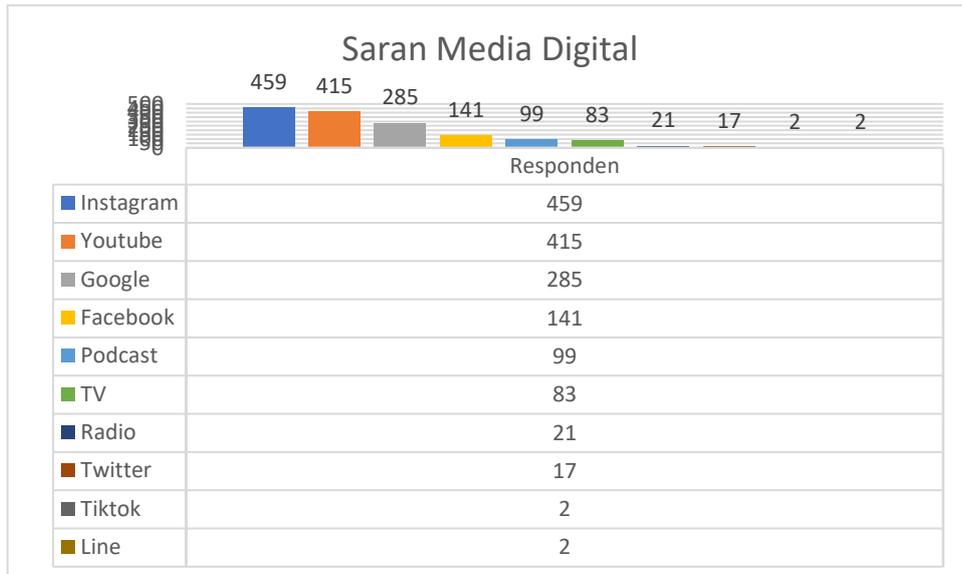
Gambar 2.26 Media Promosi Yang pernah Didapatkan

Gambar 2.26 merupakan media promosi yang pernah didapatkan oleh masyarakat, yang mana Instagram paling banyak dijawab oleh responden, kemudian diikuti google, Youtube, Billboard/spanduk, Kunjungan Sekolah, Facebook, dan terakhir adalah Koran.



Gambar 2.27 Saran Media Promosi Konvensional

Gambar 2.27 merupakan hasil saran dari responden, yang mana saran paling banyak yaitu adalah melalui media brosur, kemudian diikuti oleh spanduk, billboard, buku, majalah dan koran.



Gambar 2.28 Saran Media Promosi Digital

Gambar 2.28 Merupakan hasil dari responden untuk saran media digital, yang mana saran tertinggi adalah Instagram, kemudian diikuti oleh youtube, google, facebook, podcast, TV, Radio, Twitter, Tiktok dan terakhir adalah Line.

BAB 3. ANALISIS SWOT

A. Analisis SWOT

- Strength
 - Promosi dilakukan sudah cukup baik dengan menggunakan di acara yaitu konvensional dan digital. (S1)
 - Adanya struktur organisasi yang sudah jelas dalam tim Promosi ITK. (S2)
 - Media Konvensional yang sudah dilakukan yaitu terdiri dari booklet, kunjungan ke sekolah, brosur, koran, dan billboard. (S3)
 - Media Digital yang sudah dilakukan yaitu google ads, youtube, facebook, Instagram, dan SMS marketing. (S4)
- Weakness
 - Tidak terpetakannya promosi apa yang ingin dilakukan. (W1)
 - Masih belum optimal promosi dilakukan ke Indonesia bagian Timur. (W2)
 - Promosi LTMPT Masih belum efektif dikarenakan tidak semua perwakilan sekolah hadir. (W3)
 - Iklan melalui Media Brosur yang datanya kurang update (W4)
 - Tidak adanya promosi yang membuat viral. (W5)
- Opportunities
 - Ditambahkannya Media promosi tiktok, podcast, TV, radio dan line. (O2)
 - Perluasan jangkauan kunjungan promosi ke kota besar. (O3)
 - Membuat media promosi melalui media selebgram. (O4)
 - Melakukan Kunjungan Ke daerah timur Indonesia. (O5)
- Threats
 - Banyaknya pesaing dari kampus lain yang menggunakan media yang sama. (T1)
 - Akses Media digital untuk orang tua yang masih belum merata. (T1)

- Konten promosi yang tidak terlalu informatif, akan menyebabkan informasi kurang menarik.

BAB 4. PEMETAAN ANALISIS SAAT INI DAN YANG DIHARAPKAN

Jenis Media	Media Promosi	Kondisi Saat Ini	Responden	Kondisi Yang diharapkan
Konvensional	Kunjungan Kesekolah			Conditional Dosen dan Mahasiswa
	ITK Expo			
	Billboard			
	Spanduk			
	Brosur			
	Booklet			
	Sosialisasi LTMPT			
	Buku			
	Majalah			
	Koran			
Digital	Instagram			
	Youtube			
	Google			
	Facebook			
	Podcast			
	TV			Btv
	Radio			
	Iklan SMS			Objek Promosi yang berbeda, menjangkau yang belum

				terjangkau ID timur
	Twitter			Kurang Maksimal eng
	Tiktok			
	Line			

BAB 5. JADWAL STRATEGI PROMOSI

	Bulan Ke -											
	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Nama Kegiatan	Tahun 2020											
						Pengisian Sekolah Data Sekolah	SNMPTN				Mandiri SBMPTN	
	Tahun 2021											
							Semester baru 22 Feb			Puasa	Puasa	
						Uas 22 Januari						
SPIRIT (opsional online)						Mahasiswa						
Kunjungan Kesekolah												
Baliho												
ITK Expo												
Workshop Guru BK												
Spanduk												
Brosur												
Booklet												
Sosialisasi LTMPT												
Buku												
Majalah												

Koran												
Instagram												
Youtube												
Google												
Facebook												
Podcast												
TV												
Radio												
Iklan SMS												
Twitter												
Tiktok												
Line												