



PERANCANGAN SISTEM INFORMASI WEBSITE MARKETING DIGITAL PADA UNIVERSITAS PARNA RAYA

Gede Erik Aktama¹, Irsyad Habin Dali², Margaret Beatrix Getroyda³,

Gina Ekaruthiany Baeruma⁴,

Universitas Parna Raya, Manado

gedeerikaktama@gmail.com

irsyadichad18@gmail.com

margaretgetroyda@microsoft.parnaraya.ac.id

ginabaeruma@microsoft.parnaraya.ac.id

Abstrak

Pada era digital saat ini, kebutuhan akan sistem informasi berbasis website semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena website dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja dan dari mana saja, selama terhubung dengan internet. Universitas Parna Raya sebagai salah satu perguruan tinggi swasta terbaik di Sulawesi Utara juga membutuhkan website untuk memasarkan program studinya secara digital. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan merancang Sistem Informasi Website Marketing Digital pada Universitas Parna Raya agar dapat memasarkan program studinya secara online. Metode penelitian menggunakan metode Action Research. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berhasil dirancang website marketing digital menggunakan CMS WordPress yang di-hosting di www.rumahweb.com. Desain antarmuka dibuat simple, informatif dan user friendly dengan memanfaatkan konten multimedia. Fungsionalitas website meliputi profil universitas, promo, video promosi, galeri, alur Pendaftaran, program studi, informasi pendaftaran online, brosur digital, dan formulir Pendaftaran online. Hasil uji coba menunjukkan sistem berjalan sesuai spesifikasi kebutuhan. Integrasi konten dan strategi digital marketing seperti Search Engine Optimization (SEO), Google Analytics, media sosial dan Google Ads berhasil mendukung pemasaran online Universitas Parna Raya. Rekomendasi untuk pengembangan berikutnya antara lain peningkatan kapasitas server, update konten terbaru secara rutin, penambahan fitur live chat, serta evaluasi secara berkala.

Kata kunci: Sistem Informasi, Website, Marketing Digital, Universitas Parna Raya

Abstract

In the current digital era, the need for website-based information systems is increasing. This is because websites can be easily accessed by anyone and from anywhere, as long as they are connected to the internet. Universitas Parna Raya, as one of the best private universities in North Sulawesi, also needs a website to market its study programs digitally. This research was conducted with the aim of designing a Digital Marketing Website Information System at Universitas Parna Raya in order to market its study programs online. The research method used is the Action Research method. The results showed that a digital marketing website was successfully designed using the WordPress CMS which is hosted at www.rumahweb.com. The interface design is made simple, informative and user friendly by utilizing multimedia content. Website functionality includes university profiles, promotions, promotional videos, galleries, Registration flow, study programs, online registration information, digital brochures, and online Registration forms. Testing results indicate the system runs according to needs specifications. The integration of content and digital marketing strategies such as Search Engine Optimization (SEO), Google Analytics, social media and Google Ads has succeeded in supporting Universitas Parna Raya's online marketing. Recommendations for further development include increasing server capacity, routinely updating the latest content, adding live chat features, and periodic evaluations.

Keywords: *Information System, Website, Digital Marketing, Parna Raya University*

Pendahuluan

Di era digital, kebutuhan akan sistem informasi berbasis website semakin meningkat karena dapat diakses dengan mudah dari mana saja. Universitas Parna Raya, salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka di Sulawesi Utara, berencana menjual program studinya secara online. Saat ini, universitas tidak memiliki situs web khusus untuk operasi pemasaran digital, yang penting untuk pengenalan merek dan menjangkau calon mahasiswa.

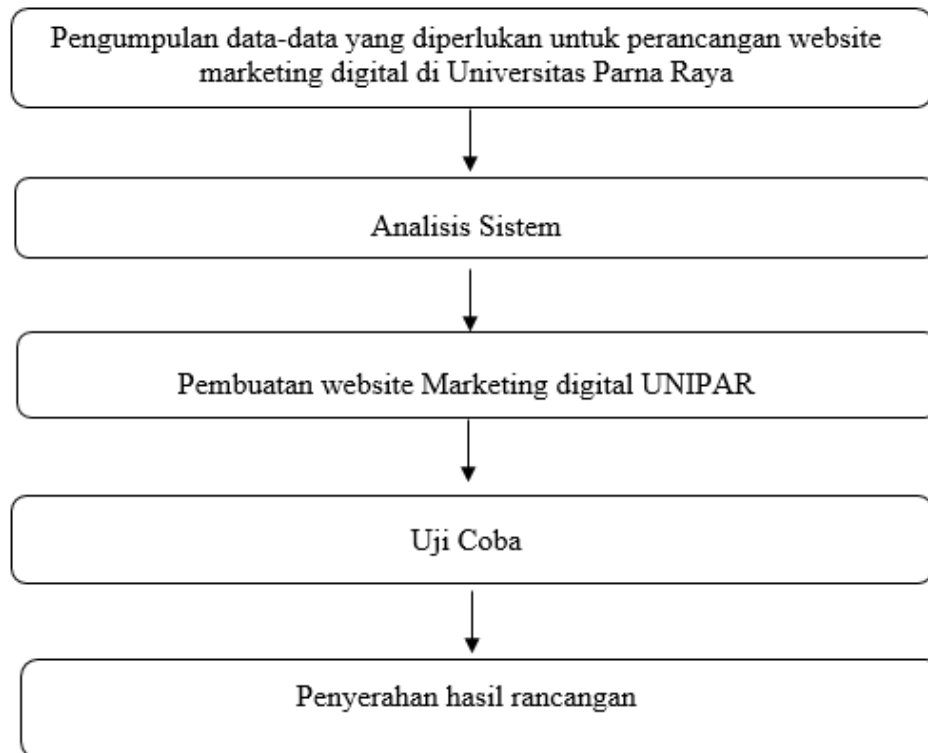
Metode pemasaran tradisional, seperti pameran pendidikan, iklan, spanduk, brosur, dan sosialisasi tatap muka, dinilai kurang efisien dalam menjangkau siswa dari berbagai lokasi di Indonesia. Menurut Rhenald Kasali (2017) “iklan adalah pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media”. Oleh karena itu, Universitas Parna Raya memerlukan website khusus untuk operasional pemasaran digital guna menjual program studinya secara online dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pilihan pendidikannya.

Website harus memuat materi program studi, biaya kuliah, beasiswa, fasilitas kampus, karya dosen dan mahasiswa, informasi seminar, loker alumni, dan formulir pendaftaran online. Website harus up-to-date, menghibur, dan interaktif untuk menarik minat mendaftar di Universitas Parna Raya. Ketersediaan website ini dapat menjadi media promosi online untuk menjangkau calon mahasiswa baik dari dalam maupun luar kota, meningkatkan jumlah pendaftar serta membangun citra positif universitas di mata masyarakat luas.

Penelitian ini memberikan panduan dalam merancang sistem informasi pemasaran digital untuk Universitas Parna Raya, dengan fokus pada integrasi dan fitur yang optimal untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pemasaran. Selain itu juga membahas persyaratan universitas agar sistem dapat memberikan pengalaman mahasiswa yang lebih baik dan bagaimana penerapan sistem tersebut dapat meningkatkan daya saing universitas dan citra nasional. Yang bertujuan untuk memperkenalkan kampus Universitas Parna Raya kepada masyarakat Indonesia, meningkatkan jumlah calon mahasiswa, menghemat biaya promosi, dan menjangkau mahasiswa lebih luas.

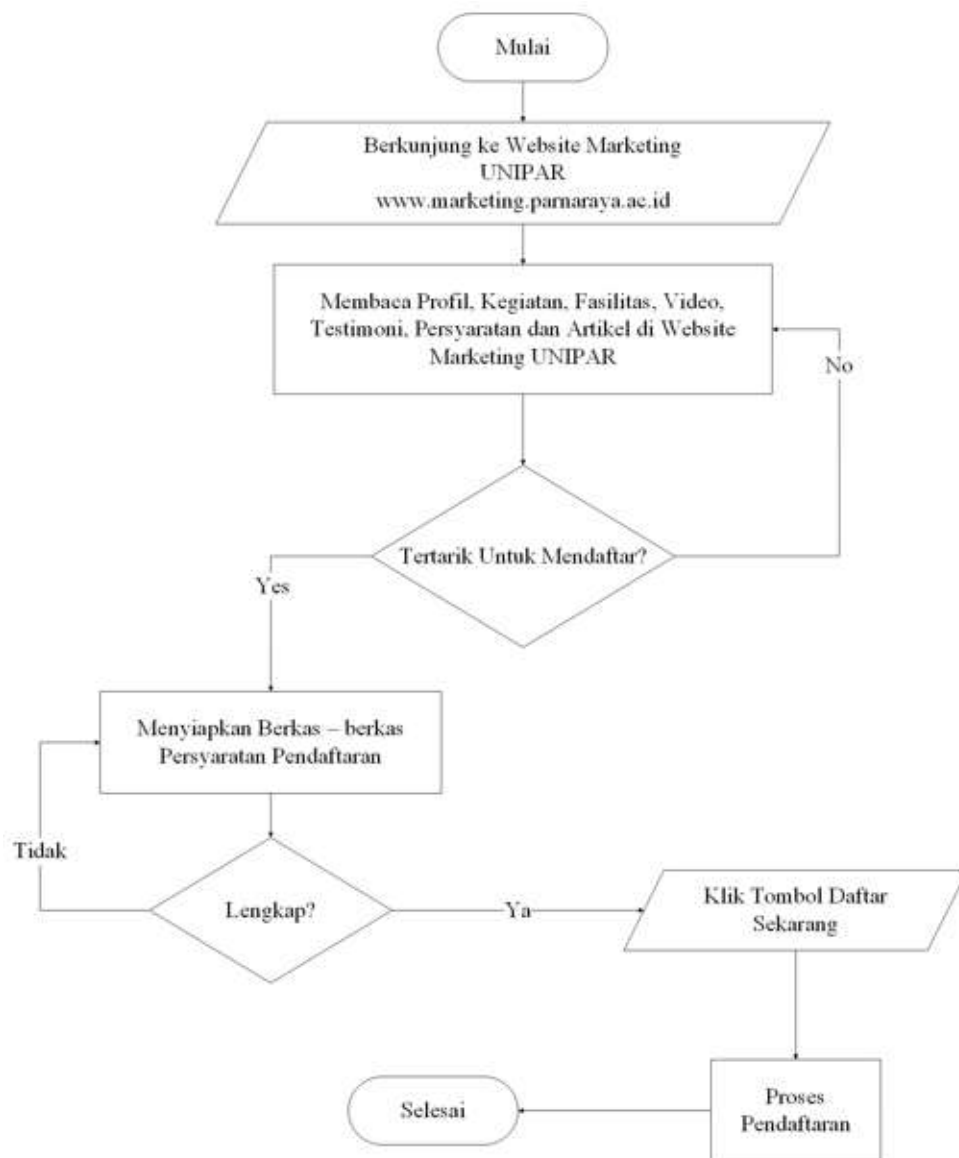
Metode Penelitian

Metode Action Research digunakan untuk merancang dan membuat website digital marketing untuk keperluan promosi di kampus Universitas Parna Raya. Pendekatan kualitatif digunakan. Alur kerja/kerangka konseptual yang digunakan adalah Model Waterfall yang dimulai dari pengumpulan data, analisis sistem, perencanaan sistem, dan pembuatan aplikasi.



Gambar 1. Model Waterfall

Penulis mengumpulkan foto, video, dan iklan kampus. Mereka kemudian menganalisis kebutuhan pemasaran digital universitas dan membuat rancangan sistem menggunakan DFD dan Flowchart. Website dirancang menggunakan CMS WordPress dan disesuaikan dengan kebutuhan Universitas Parna Raya, meliputi konten promosi seperti iklan, biaya kuliah, alur pendaftaran, dan tes masuk. Sistem kemudian diuji untuk kesalahan program dan fungsionalitas.



Gambar 2. Flowchart Sistem



Gambar 3. Diagram Kontek Sistem Informasi Marketing UNIPAR

Setelah dilakukan pengujian, website diserahkan kepada hosting dan server domain Universitas Parna Raya, dengan harapan dapat dilakukan pemeliharaan secara berkala. Sistem ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan universitas dan memastikan fungsinya.

Selain itu penulis juga melakukan observasi ke Universitas Parna Raya untuk merancang website pemasaran UNIPAR. Wawancara dilakukan kepada Rektor, Staf Pemasaran, Dosen, dan Ketua Program Studi untuk mendapatkan persyaratan website. Dokumentasi meliputi foto Universitas Parna Raya sebagai bahan website dan bukti kunjungan langsung ke lokasi penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

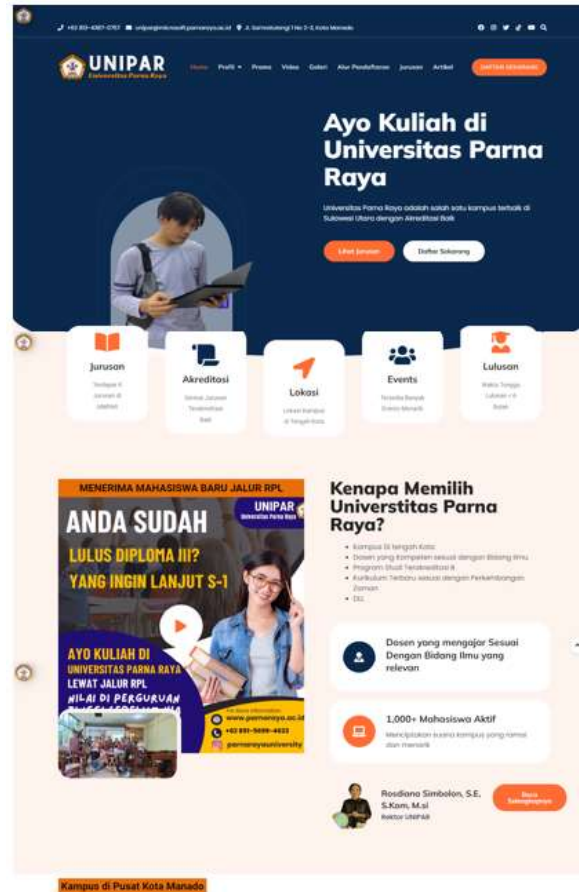
Hasil penelitian yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- a. Telah berhasil dianalisis kebutuhan dan persyaratan sistem yang dibutuhkan dalam merancang website marketing digital untuk Universitas Parna Raya.
- b. Arsitektur sistem yang dirancang terdiri dari web server yang menghosting aplikasi web (CMS WordPress), database server untuk menyimpan konten website, dan jaringan internet sebagai media akses user. Website ini di hosting di www.rumahweb.com
- c. Desain antarmuka website marketing digital Universitas Parna Raya mengacu pada konsep simple, informatif dan user friendly. Konten multimedia seperti foto dan video turut memperkaya tampilan antarmuka.
- d. Terdapat fungsi utama yang berhasil diimplementasikan pada website, antara lain profil kampus, program studi, informasi pendaftaran online, brosur digital, Iklan Video, form contact, dan lainnya.
- e. Hasil pengujian sistem menunjukkan fungsionalitas website berjalan sesuai spesifikasi kebutuhan. Pengujian kompatibilitas browser juga berhasil dilalui tanpa kendala yang berarti.



Tampilan Website

Home



Gambar 4. Tampilan Home

Sejarah



Gambar 5. Sejarah Universitas Parna Raya



Visi dan Misi



Gambar 6. Tampilan Visi dan Misi

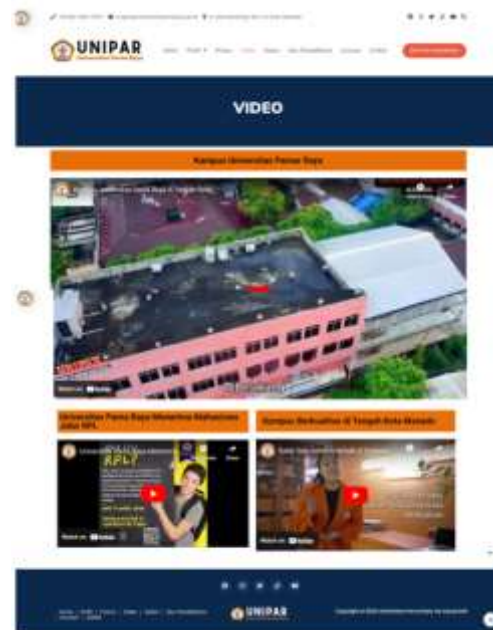
Promo



Gambar 7. Tampilan Promo



Video



Gambar 8. Tampilan Video

Galeri



Gambar 9. Tampilan Galeri Foto

Alur Pendaftaran



Gambar 10. Tampilan Alur Pendaftaran

Jurusan



Gambar 11. Tampilan Daftar Jurusan di UNIPAR

Artikel



Gambar 12. Tampilan Artikel

Pembahasan

Berdasarkan hasil perancangan dan implementasi yang telah dilakukan, beberapa hal yang dapat dibahas antara lain:

- Pemilihan CMS Wordpress sebagai platform website marketing digital Universitas Parna Raya telah tepat, karena memiliki kemudahan dalam pengelolaan konten dan optimasi SEO. Plugins tambahan juga memperkaya fitur yang dimiliki.
- Konten website seperti profil kampus, program studi, informasi akademik, dan brosur digital sangat penting untuk memberikan informasi yang dibutuhkan calon mahasiswa dalam menentukan pilihan tempat kuliah. Informasi yang lengkap, jelas dan menarik penting untuk dibuat.

- c. Optimasi SEO on-page melalui pemilihan kata kunci yang relevan pada konten dan URL website cukup efektif untuk mendatangkan trafik dari mesin pencari seperti Google. Hal ini terlihat dari statistik Google Analytics. Konten program studi yang dioptimasi mendatangkan trafik tertinggi bagi website.
- d. Integrasi form pendaftaran online memberikan kemudahan bagi calon mahasiswa untuk mendaftar di UNIPAR. Selanjutnya website dapat dilengkapi fitur tracking status pendaftaran dan interaksi calon mahasiswa lainnya.
- e. Konten website masih perlu terus diperbarui dan diperkaya agar pengunjung selalu mendapatkan informasi terkini dari Universitas Parna Raya. Misal dengan update berita perkembangan kampus, seminar maupun workshops yang dilaksanakan.

Kesimpulan

1. Berhasil di rancang Sistem Informasi Website Marketing Digital pada Universitas Parna Raya.
2. Integrasi konten dan strategi digital marketing seperti SEO, Google Analytics, media sosial dan Google Ads telah berhasil dilakukan pada website untuk mendukung proses pemasaran Universitas Parna Raya.

Saran

1. Website perlu ditingkatkan kapasitas server dan bandwidth-nya agar akses situs menjadi lebih cepat dan stabil ketika trafik pengunjung ramai.
2. Konten seperti berita, informasi event, dan prestasi akademik harus rutin di-update agar website selalu tampil fresh dengan info terbaru.
3. Perlu ditambahkan fitur live chat guna memberikan layanan informasi akademik interaktif bagi calon mahasiswa baru.
4. Perlu admin khusus yang menangani website ini.
5. Pihak universitas perlu aktif mempromosikan alamat website di berbagai media cetak dan online untuk meningkatkan trafik kunjungan.
6. Konten website yang berkaitan dengan jurusan atau program studi tertentu perlu dibuat lebih detail dan menarik agar calon mahasiswa lebih tertarik.



Reference

- Aris Susanto. (2021). Mudah Membangun Website Sekolah Dengan CMS Wordpres. Deepublish.
- Bolung, Brian. (2023). Perancangan Sistem Informasi Jasa Penitipan Barang Dan Jual Menggunakan Website Di Sulut. Jurnal Logika, 1. <https://jurnal.parnaraya.ac.id/index.php/JL-PR/article/view/150>
- Damon, Ryan. 2020. Digital Marketing Handbook. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Fatmawati, Surya. Dewi. (2020). Pembuatan Brosur Berbahasa Inggris Menggunakan Media Video Animasi. Ahlimedia Book.
- Harsono, Vimi. 2022. Powerful Digital Marketing: Teknik Jitu Target Konsumen di Era Digital. Jakarta: Gramedia.
- Jogiyanto, Hartono 2021. Sistem Informasi Strategik untuk Keunggulan Kompetitif. Yogyakarta: ANDI
- Karaeng, Jesicca., Dkk. (2023). Analisa Dampak Penggunaan Media Sosial (Online) Terhadap. <https://jurnal.parnaraya.ac.id/index.php/ebis/article/view/147>
- Kadir, Abdul. 2020. Dasar Perancangan dan Implementasi Database. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kasali, Rhenald. 2017. Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- McLeod Jr, Raymond & Schell, George. 2022. Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat.
- Miftahul Huda. (2021). Bisnis Web Hosting: Teknologi Pendukung Untuk Menjalankan Usaha Web Hosting. bisakimia.
- Muhammad Nugi Abdiansyah. (2018). Manajemen Hosting Berbasis WHM/cPanel. Excellent Publishing.
- Morissan, Moris 2020. Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta: PrenadaMedia
- Pressman Roger S. 2018. Rekayasa Perangkat Lunak Pendekatan Praktisi Buku I. Yogyakarta: Andi.
- Purbo, Onno W & Wahyudi, Aang Arif. 2018. Buku Pintar Internet: Teknologi dan Aplikasi Internet. Jakarta: Mediakita.
- Rumambi, Jhonsan. 2018. Website Company Profile Html5 & CSS3. Yogyakarta: Lokomedia.
- Shimp, Terence A. 2018. Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan dan Promosi. Jakarta: Salemba Empat.



Welang, Agianlee., & Laloan, Tonny Denny. (2023). Analisa Sistem Penjualan Online dan Offline Toko Weltu Emas Meubel. Jurnal Entrebis, 1.
<https://jurnal.parnaraya.ac.id/index.php/ebis/article/view/146>

Whitten Jeffrey L. 2019. Metode Desain & Analisis Sistem. Yogyakarta: Andi

