**LAPORAN KEGIATAN**

**WORKSHOP “DIGITAL MEDIA FUNDAMENTAL”**

**SEMESTER GASAL 2023/2024**



**FAIKOH UMAIROH, S.I.KOM, M.I.KOM**

**0310019003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BAHASA**

**UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA**

**TAHUN 2023**

**========================================================**

**LAPORAN HASIL KEGIATAN**

**WORKSHOP “DIGITAL MEDIA FUNDAMENTAL”**

**========================================================**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1. Latar Belakang**

Cakupan internet di Indonesia meningkat menjadi 78,19% pada tahun 2023, dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni 77,02%. Dari jumlah tersebut, jumlah penduduk yang terkoneksi internet mencapai 215,62 juta jiwa dari total penduduk Indonesia sebanyak 275,77 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 5 juta orang dibandingkan jumlah orang yang terkoneksi internet pada tahun lalu sebanyak 210 juta orang. Hingga Januari 2023, jumlah pengguna media digital di Indonesia mencapai 167 juta. Jumlah tersebut setara dengan 78% dari total jumlah pengguna internet di Indonesia yang mencapai 212,9 juta jiwa.

Berdasarkan penetrasi pengguna internet dan media digital di Indonesia, dapat disimpulkan bahwa peran penting media digital dalam kehidupan sehari-hari setiap masyarakat Indonesia sangat berpengaruh. Hal ini juga dapat dikorelasikan dengan penggunaan media sosial secara umum untuk mempromosikan merek suatu perusahaan atau memasarkan produknya ke masyarakat luas. Media sosial juga bisa dijadikan sebagai strategi pemasaran bisnis. Kemajuan teknologi dan banyaknya pengguna media sosial membawa nilai tambah bagi platform tersebut. Media sosial dapat menjangkau pengguna dan menjadi target pasar. Penggunaan media sosial untuk strategi pemasaran bisnis disebut pemasaran media digital marketing. Seperti namanya, pemasaran media digital bertujuan untuk mempromosikan produk dan layanan melalui media sosial atau layanan digital.

Dengan dukungan data dan beberapa manfaat media digital untuk kebutuhan personal branding atau bisnis, program gelar Ilmu Komunikasi telah direspon sebagai program bagi mahasiswa yang terdaftar pada program Ilmu Komunikasi di bidang ilmu komunikasi dari Universitas Ilmu Komputer Bina Sarana. Oleh karena itu, program gelar Ilmu Komunikasi mengadakan Workshop “Digital Media Fundamental” bagi Dosen yang akan mengajar mata kuliah yang terintegrasi dengan media digital pada hari Selasa tanggal 12 September 2023. Hal ini tentunya sebagai upaya untuk menghasilkan lulusan berkualitas dan mahasiswa berkualitas yang berdaya saing dalam dunia kerja dan kewirausahaan.

**1.2. Maksud dan Tujuan Kegiatan**

Maksud dan Tujuan atas penyelenggaraan Workshop “Digital Media Fundamental” di Semester Gasal 2023/2024 bagi Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, untuk sarana memperkenalkan digital media kepada proses belajar mengajar dan sebagai tolak ukur kemampuan mahasiswa serta memberikan pengetahuan penggunaan dari perkembangan digital media sebagai alat penunjang pemasaran, dan cara mengaplikasikannya. Selain itu, memberikan jawaban atas tantangan dari penerapan praktik kerjasama di bidang ilmu komunikasi dan pemasaran.

**BAB II**

**LAPORAN KEGIATAN**

**2.1. Bentuk Kegiatan**

Workshop dengan topik, “DIGITAL MEDIA FUNDAMENTAL” ini dilaksanakan secara daring melalui Zoom Meeting.

**2.2. Pelaksanaan Kegiatan**

Workshop dengan topik, “DIGITAL MEDIA FUNDAMENTAL” ini dilaksanakan pada:

Tanggal : Selasa, 12 September 2023

Waktu : 19.00-.00 WIB

Tempat : Zoom Meeting

<https://us06web.zoom.us/j/84156178732?pwd=eWVrRDU1d1BsYUVFYlJxcFREQVRKdz09>

ID: 841 5617 8732 dan Passcode: 027660

Acara dimulai tepat waktu, yaitu pukul 19.00 WIB. Acara ini dimoderatori oleh Liliyana, S.Sos, M.I.Kom. Acara dibuka dengan sambutan dari Kaprodi Ilmu Komunikasi Anisti, S.Sos, M.Si. Acara ini menghadirkan Kevin Chaidir Pratama, General Manager PT Abyakta Tama Komunikasi selaku narasumber Digital Media Fundamental.

**2.3. Hasil Kegiatan**

Workshop dengan topik, “DIGITAL MEDIA FUNDAMENTAL” ini diawali dengan sambutan dari Kaprodi Ilmu Komunikasi Anisti, S.Sos, M.Si. dilanjutkan pemateri Kevin Chaidir Pratama yang membuka dengan membahas pengertian dari Digital Media. Digital Media merupakan media yang dikodekan atau di enkripsikan, hal ini diambil dari ranah teknologi komputer sehingga dalam Media Digital ini yang dapat dibuat, dilihat, dimodifikasikan, dikomunikasikan, dilestarikan pada perangkat teknologi digital yang meliputi software atau perangkat lunak, halaman web, video digital gambar, database,audio digital, info. Media Digital berlawanan dengan media konvensional seperti media cetak, media tradisional. Media Digital sendiri memiliki tantangan pada copywriter undang-undang hak kekayaan intelektual dan legalitasnya. Era informasi digital media ini bertujuan menuju masyarakat tanpa kertas alias less paper.

Ketika kita masuk ke ranah Digital Media ada yang dinamakan Digital Enviroment atau ekosistem digital yang dimana akan saling berkaitan satu sama lainya. Lingkungan digital atau digital ekosistemnya sendiri ini sangat terintegrasi dari satu dengan yang lainnya sehingga saat kita melihat dari keterkaitan tersebut dilingkungan digital ini mengambil konsep yang dimana integrasinya itu sangat terkoneksi dari satu titik ke titik yang lain, dalam artian ketika kita menggunakan sosial media disitu ada beberapa fitur yang mungkin bisa dimaksimalkan dari apa yang bisa kita sampaikan tadi. Dari sisi digital media kalau kita bicara tentang Social Media biasanya kita bicara juga tentang adanya visualisasi yang kita sampaikan melalui video, ada juga yang kita sampaikan melalui audio saja jadi semua itu saling berkaitan sehingga kalau salah satu yang memang tidak ada keterkaitan satu dengan yang lain berarti dalam ekosistemnya dia akan terpisah sendirinya.

Sehingga keterkaitan ini akan menjadi komponen utama dalam lingkungan digital tersebut kalau bisa kita lihat di layar sendiri ada keterkaitan dalam hal situs websitenya sendiri server cloud, social media channel, aplikasi seluler. Nantinya keterkaitan ini pun akan masuk kedalam kegiatan sehari hari kita seperti contohnya dalam kegiatan mengajar kepada mahasiswa. Terdapat contoh dan implementasinya sendiri di dalam teknologi informasi dan komunikasi ini, kalau misalnya kita bicara turunannya itu mungkin sudah kita rasakan seperti e-commerce (seperti tokopedia, shopee,dll), e- government, e-learning, school management system, e-healt, e-banking.

Lalu ada juga digital channel, Digital channel yang digunakan terjadi suatu ekosistem atau implementasi secara integrasi yang dijalankan dari awal sampai akhir sehingga adanya Digital Channel ini cukup penting dan berkesinambungan dengan kebutuhan dari Digital Media itu sendiri. Pertama terdapat Social Media untuk melakukan interaksi dengan digunakan lebih dari 97% marketer untuk berinteraksi dengan audience. Social Media pun memiliki jenis jenisnya yaitu social networking yg biasanya membantu orang - orang atau organisasi untuk terhubung secara online dan berbagi informasi, Ada Media Sharing Networks untuk jenis platform menunjukan sisi visual, lalu ada Discussion Forums untuk mengungkapkan pendapat dengan anonymous, ada juga Social Audio Networks, Live Stream Social Media, Review Networks, dsb. Ada juga yg namanya Search Engine, Search Engine atau mesin pencari web ini adalah program komputer yang dirancang untuk melakukan pencarian atau berkas-berkas yang tersimpan. Seperti kita ketahui menggunakan mesin pencarian yang biasa kita gunakan yaitu Google, tetapi setiap negara memiliki mesin pencarian yang berbeda seperti Yahoo, dsb.

Ada juga implementasi Channel Digital dalam Digital Marketing. Apa itu Digital Marketing? kegiatan pemasaran produk berupa barang atau jasa menggunakan media atau teknologi berbasis digital. Dari banyaknya Digital Marketing, benefitnya itu dapat menjangkau target pasaran luas, mendongkrak angka penjualan, dan lebih efesien dan efektif. Dari strategi digital marketing itu sendiri ada Push Digital Marketing seperti iklan di social media, lalu ada Pull Digital Marketing seperti soft selling yg membuat audience lebih penasaran. Lalu terdapat media untuk Digital Marketing sendiri yaitu Website, website sendiri adalah rumah untuk mempromosikan bisnis ketika orang ingin mengetahui lebih lanjut detailnya. Ada juga Pay Per Click seperti mempromosikan suatu hal dalam bentuk video, foto, konten untuk diarahkan ke ranah yang sesuai objektif yang diinginkan. Lali ada Search Engine Marketing dengan bentuk pemasaran di internet dengan menuliskan keyword yang di inginkan lalu halaman akan mencari hasil penelusuran dari keyword yang ditulis. Selain itu ada Search Engine Optimization yaitu langkah optimasi yang dilakukan website berada di hasil teratas pencarian utama. Dan terakhir ada Email Marketing yang dimana pemasaran dilakukan dengan mengirim email kepada konsumen.

Untuk saat ini Social Commerce yang sangat di gandrungi untuk di gunakan marketing sekaligus berniaga. Terdapat 5 c's dalam Social Commerce yaitu content, Customer Voice, Convenience, Conversation, Commerce. Dalam Social Commerce itu sendiri sudah banyak dikombinasikan untuk marketing nya seperti melakukan kerja sama dengan influencer seperti public figur atau artis, dan untuk makin berkembangnya lagi menggunakan AI Influencers. Dalam mempromosikannya pun juga bisa melalui Video Podcast seperti di platform Spotify, Noice, dan YouTube

**BAB III**

**PENUTUP**

**3.1. Kesimpulan**

Dengan mengikuti Workshop dengan topik, “DIGITAL MEDIA FUNDAMENTAL” Meningkatkan Pengetahuan dan Perkembangan Digital Media di-era terkini.Workshop ini dilaksanakan secara daring melalui Zoom Meeting ini, diharapkan agar para dosen memahami untuk melanjutkan materi yang akan diajarkan kepada mahasiswanya dan sebagai tolak ukur kemampuan mahasiswa serta memberikan pengetahuan penggunaan dari perkembangan digital media sebagai alat penunjang pemasaran, dan cara mengaplikasikannya.

**3.2. Saran**

Workshop dengan materi yang sangat menarik di era globalisasi ini dan interaktif dengan narasumber yang sesuai dengan bidangnya membuat workshop ini sangat aktif dan spektakuler. Semoga para peserta yang mempelajari materi ini akan mampu mengaplikasikan, berkreasi dan mampu bersaing di era globalisasi ini dengan baik.

A person wearing a headscarf

Description automatically generatedLAMPIRAN DOKUMENTASI



