



THE FACULTY OF
**INFORMATION
TECHNOLOGY**
NO LIMITS, NO BOUNDARIES



UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA

Digital Marketing for School

By Julianti Kasih, S.E., M.Kom

Outline

Digital Marketing

- Pemahaman DM
- Tools DM
- Konsep 5 D
- Keunggulan DM

School Industry

Sekolah ~ Industry Jasa
Ciri ciri khusus
Industri Jasa dan
perlakuan terhadap
konsumen

Strategy DM for School

- Lead Funnel
- Website dan
Sosial Media
presence



DIGITAL MARKETING

Web Marketing

Online Marketing

Internet Marketing

Digital Marketing Konsep 5 D “ Dave Chaffey”

Digital Device

- Smart phone
- Tablets
- Laptops
- Desktop Computers
- Others connected Devices

Digital Platform

- Browser or apps like
- Google (and Youtube)
 - Twitter
 - Facebook (and Instagram)
 - LinkedIn
 - Microsoft

Digital Media

- Email and Messaging
- Advertising
- Search Engine
- Social Networks

Digital Marketing Konsep 5 D Dave Chaffey

Digital Data

- Collect Audience data → need to be protected

Digital Tehnology

- Marketing Technology
“ Create interactive experience from website and mobile app ”

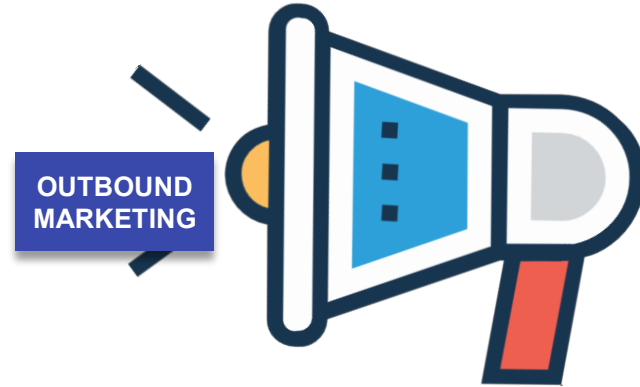
DIGITAL MARKETING vs TRADISIONAL

TERUKUR

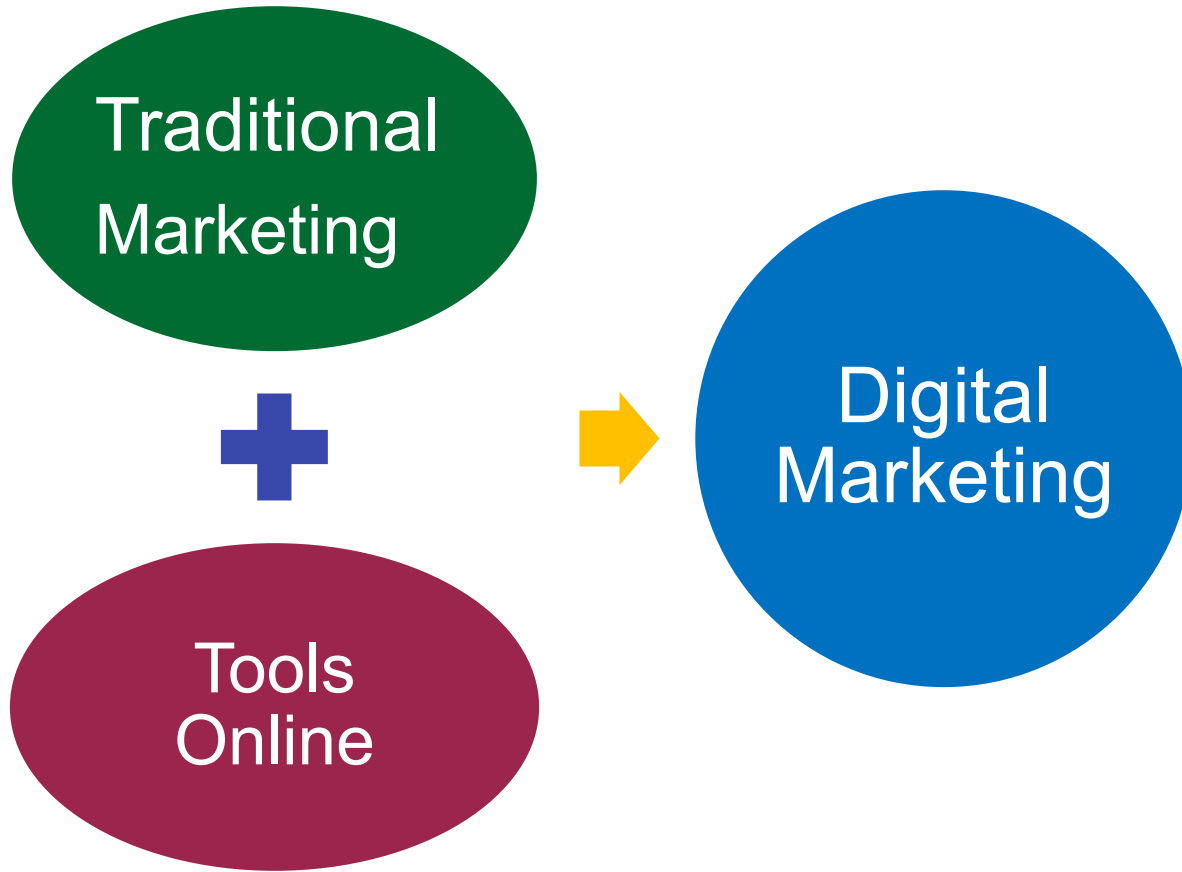


DIGITAL MARKETING
Customer Pull Method

TIDAK TERUKUR



TRADISIONAL
Customer Push Method



Tools on line

A. Website

- Website/Blog/Online Shop
- Tools: Wordpress, Sahifa

B. Analytics

- Check up kondisi Website
- Tools: analytics.google.com

C. Email

- Pemasaran langsung via Newsletter
- Tools: Mail Chimp

D. Online Ads/SEM

- Iklan online: Search, Banner, Video
- Tools: Google adWords, Google adSense

E. Social Media



KEUNGGULAN DIGITAL MARKETING



School Industry



It is all about Trust

Sekolah sebagai Industri Jasa

Sifat industri Jasa

- Intangible
- Inseparability
- Heterogeneous
- Perishability
- Customer's Participation
- Ownership

Focus on your customer personally

1

- **Messaging for Communication**
 - * Personalize the messages.
 - * Automation chats.

2

- **Engage the Audience**
 - * Increases the customer's connection with the service brand.:
Survey, feedback ,
consumer's expectation

3

- **The Landing Page**
 - * Must be optimized and regularly updated: info what is your customer need
 - * Easy navigation system

Digital Marketing Strategy

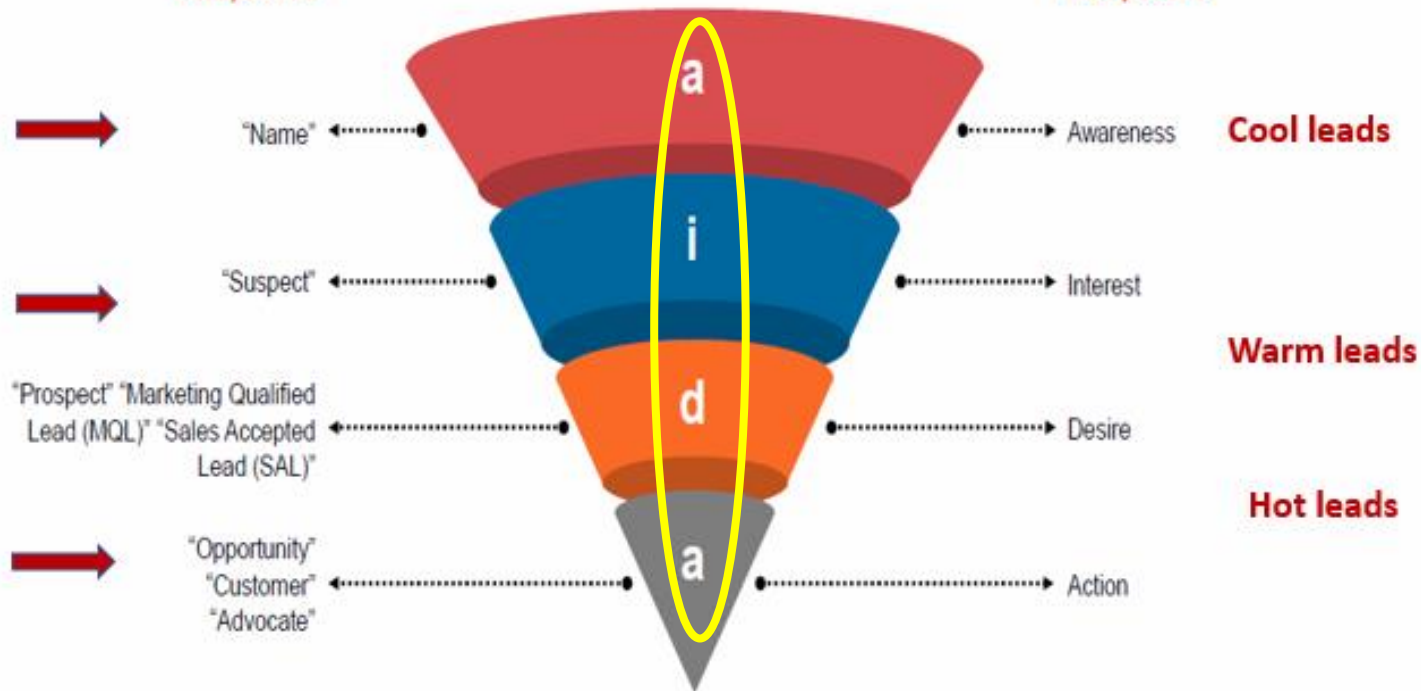


LEAD FUNNEL

Marketer's
Perspective

Lead Funnel

Buyer's
Perspective



- Edukatif
- Informatif
- Invitation

- Useful Resources
- Experience
- Engagement

- Tripware



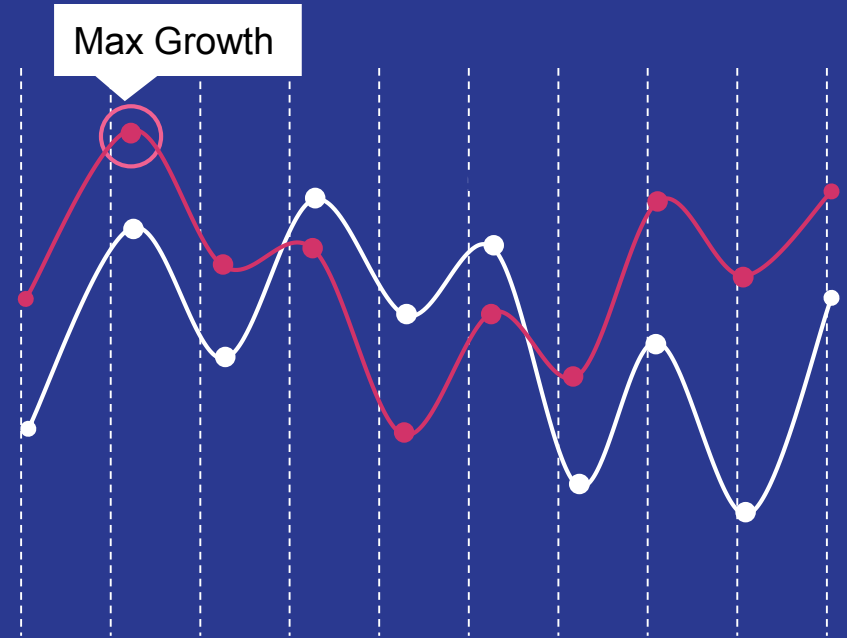
Digital Marketing Strategy : Sosial Media Platform

Your customers
are on social media



Pustaka

- Cahffey, Dave “Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice “ Pearson, 2019
- Handout CIMP- EC Council
- Handout CDM- EC Council
- <https://Projasaweb.com/apaitu-digital-marketing>



TERIMA KASIH

julianti.kasih@it.maranatha.edu

Line ID: juliantikasih

WA: 08122100179



Digital Marketing for School Part 2

By

Yenni M. Djajalaksana, Ph.D.

Email: yenni.md@maranatha.ac.id



- Ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020.
- Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat 25 juta (+ 17%) antara tahun 2019 dan 2020.
- Penetrasi internet di Indonesia mencapai 64% pada Januari 2020.

Fakta Pengguna Internet di Indonesia



Mengapa Media Sosial?

Ada 160,0 juta pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2020.

Jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat 12 juta (+ 8,1%) antara April 2019 dan Januari 2020.

Penetrasi media sosial di Indonesia mencapai 59% pada Januari 2020.

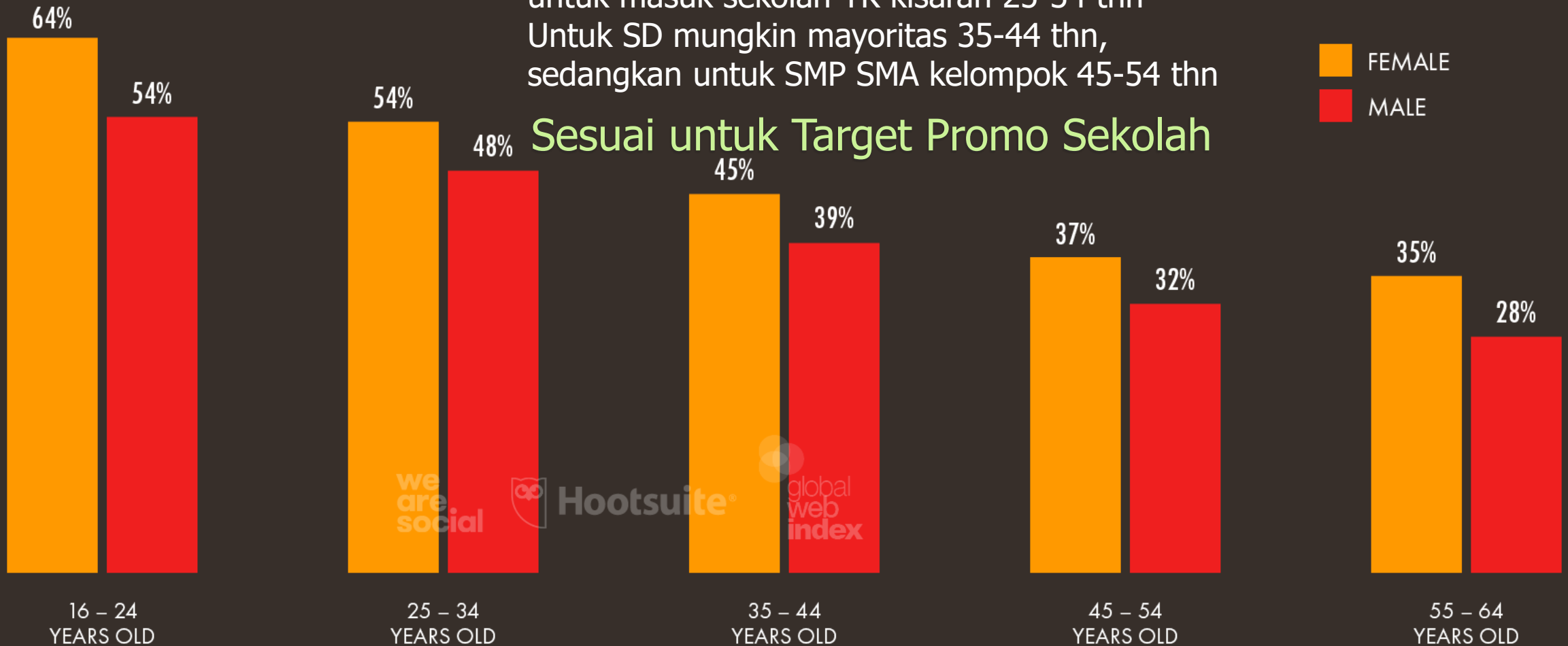
APR
2020

COVID-19: DETAIL OF INCREASED SOCIAL MEDIA USE

PERCENTAGE OF INTERNET USERS IN SELECTED COUNTRIES* WHO REPORT SPENDING MORE TIME USING SOCIAL MEDIA IN RECENT WEEKS

Pembuat Keputusan biasanya Orang Tua
untuk masuk sekolah TK kisaran 25-34 thn
Untuk SD mungkin mayoritas 35-44 thn,
sedangkan untuk SMP SMA kelompok 45-54 thn

Sesuai untuk Target Promo Sekolah



JAN
2020

MOBILE APP RANKINGS: ACTIVE USERS

RANKING OF TOP MOBILE APPS AND GAMES BY AVERAGE MONTHLY ACTIVE USERS THROUGHOUT 2019



INDONESIA

RANKING OF MOBILE APPS BY ACTIVE USERS

| # | APP NAME | COMPANY |
|----|--------------------|------------------|
| 01 | WHATSAPP MESSENGER | FACEBOOK |
| 02 | FACEBOOK | FACEBOOK |
| 03 | INSTAGRAM | FACEBOOK |
| 04 | FACEBOOK MESSENGER | FACEBOOK |
| 05 | LINE | LINE |
| 06 | SHAREIT | SHAREIT |
| 07 | GO-JEK | GO-JEK |
| 08 | SHOPEE | SEA |
| 09 | TOKOPEDIA | TOKOPEDIA |
| 10 | MYTELKOMSEL | TELKOM INDONESIA |

RANKING OF MOBILE GAMES BY ACTIVE USERS

| # | APP NAME | COMPANY |
|----|--------------------------|---------------------|
| 01 | Angry Birds | MOONTON |
| 02 | Angry Birds 2 | TENCENT |
| 03 | Angry Birds Star Wars | SEA |
| 04 | Angry Birds Friends | SUPERCCELL |
| 05 | Call of Duty: Warzone | ACTIVISION BLIZZARD |
| 06 | MINECRAFT POCKET EDITION | MICROSOFT |
| 07 | HEUXJUMP | VOODOO |
| 08 | LUDO KING | GAMETION |
| 09 | CANDY CRUSH SAGA | ACTIVISION BLIZZARD |
| 10 | SUBWAY SURFERS | KILOO |

Whatsapp,
Facebook,
Instagram, dan
Line adalah
Top 5!

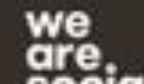


UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA



THE FACULTY OF
**INFORMATION
TECHNOLOGY**
NO LIMITS. NO BOUNDARIES

AND IPHONE DEVICES.



Hootsuite

JAN
2020

MOBILE APP RANKINGS: DOWNLOADS

RANKING OF TOP MOBILE APPS AND GAMES BY NUMBER OF DOWNLOADS THROUGHOUT 2019



INDONESIA

RANKING OF MOBILE APPS BY NUMBER OF DOWNLOADS

| # | APP NAME | COMPANY |
|----|--------------------|-----------|
| 01 | FACEBOOK | FACEBOOK |
| 02 | FACEBOOK MESSENGER | FACEBOOK |
| 03 | WHATSAPP MESSENGER | FACEBOOK |
| 04 | SHAREIT | SHAREIT |
| 05 | SHOPEE | SEA |
| 06 | INSTAGRAM | FACEBOOK |
| 07 | TIKTOK | BYTEDANCE |
| 08 | YOUTUBE GO | GOOGLE |
| 09 | LIKEE | YY INC |

RANKING OF MOBILE GAMES BY NUMBER OF DOWNLOADS

| # | COMPANY |
|----|-------------------------|
| 01 | SEA |
| 02 | MOONTON |
| | TENCENT |
| | KIROO |
| 05 | GAMETION |
| 06 | AZUR INTERACTIVE GAMES |
| 07 | MELUAPP |
| 08 | 8 BALL POOL |
| 09 | MY TALKING TOM 2 |
| 10 | BUS SIMULATOR INDONESIA |

Facebook,
Whatsapp,
Instagram,
Tiktok dan
YouTube paling
banyak
bertambah
digunakan!



UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA



THE FACULTY OF
**INFORMATION
TECHNOLOGY**
NO LIMITS, NO BOUNDARIES

APR
2020

FACEBOOK REACH RANKINGS

COUNTRIES AND TERRITORIES* WITH THE GREATEST POTENTIAL FACEBOOK ADVERTISING REACH

| # | COUNTRY | REACH | ▲ QOQ | ▲ QOQ | # | COUNTRY | REACH | ▲ QOQ | ▲ QOQ |
|----|-------------|-------------|-------------|-------------|----|---------------|------------|-------|-------------|
| 01 | INDIA | 280,000,000 | +8% | +2,000,000 | 11 | UNITED STATES | 37,000,000 | +12% | +4,000,000 |
| 02 | U.S.A. | 190,000,000 | +1% | +1,000,000 | 12 | UNITED STATES | 37,000,000 | 0% | [UNCHANGED] |
| 03 | INDONESIA | 130,000,000 | +1% | +1,000,000 | 13 | UNITED STATES | 37,000,000 | 0% | [UNCHANGED] |
| 04 | BRAZIL | 120,000,000 | [UNCHANGED] | [UNCHANGED] | 14 | UNITED STATES | 33,000,000 | +3% | +1,000,000 |
| 05 | MEXICO | 86,000,000 | +2% | +1,000,000 | 15 | UNITED STATES | 32,000,000 | +3% | +1,000,000 |
| 06 | PHILIPPINES | 72,000,000 | +3% | +1,000,000 | 16 | UNITED STATES | 30,000,000 | +3% | +1,000,000 |
| 07 | VIETNAM | 63,000,000 | +3% | +2,000,000 | 17 | ITALY | 30,000,000 | +3% | +1,000,000 |
| 08 | THAILAND | 48,000,000 | +2% | +1,000,000 | 18 | GERMANY | 28,000,000 | 0% | [UNCHANGED] |
| 09 | EGYPT | 41,000,000 | +8% | +3,000,000 | 19 | NIGERIA | 26,000,000 | +8% | +2,000,000 |
| 10 | BANGLADESH | 37,000,000 | +9% | +3,000,000 | 20 | MYANMAR | 23,000,000 | +10% | +2,000,000 |

Ads di Facebook bisa menjangkau 130 juta pengguna di Indonesia



UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA



THE FACULTY OF
**INFORMATION
TECHNOLOGY**
NO LIMITS, NO BOUNDARIES

MARKETING TOOLS (APRIL 2020). *NOTE: ONLY INCLUDES COUNTRIES AND TERRITORIES WITH POPULATIONS OF AT

we
are
social



Hootsuite®

APR
2020

COVID-19: TYPES OF CONTENT PEOPLE WANT

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 IN SELECT COUNTRIES* WHO SAY THEY'D LIKE MORE OF EACH KIND OF CONTENT

FILMS
(MOVIES)



FEMALE: **47%**
MALE: **50%**

global
web
index

FUNNY VIDEOS
AND MEMES



FEMALE: **34%**
MALE: **33%**



HOW-TO AND
TUTORIAL VIDEOS



FEMALE: **34%**
MALE: **32%**

global
web
index

REPEATS OF POPULAR
CLASSIC TV SHOWS



FEMALE: **35%**
MALE: **30%**



LIVE-STREAMS FROM MY
FAVOURITE MUSICIANS



FEMALE: **21%**
MALE: **20%**

REPEATS OF CLASSIC SPORTS
MATCHES AND EVENTS



FEMALE: **13%**
MALE: **21%**

we
are
social

LIVE-STREAMS FROM MY
FAVOURITE SPORTS STARS



FEMALE: **11%**
MALE: **17%**

global
web
index

LIVE-STREAMS
OF ESPORTS



FEMALE: **8%**
MALE: **14%**

KEPIOS

UPDATES FROM
BLOGGERS AND VLOGGERS



FEMALE: **11%**
MALE: **11%**

global
web
index

NONE OF THESE
KINDS OF CONTENT



FEMALE: **13%**
MALE: **14%**

Media Sosial yang Direkomendasikan untuk Sekolah di Indonesia



Whatsapp

Pengguna terdaftar tertinggi di Indonesia

(+) Mudah penyebaran bisa viral

(-) Bisa terlewat karena terlalu banyak pesan



Facebook

(+) Akan menjangkau kalangan secara luas

(+) Bisa menggunakan fitur promote. menentukan placement ads, fitur FB Pixel

(-) Aturan ketat, jadi tidak semua ads akan disetujui



Instagram

+/- Serupa dengan Facebook.

Perbedaannya di Interface (antar muka) dan komposisi pemirsa yang berbeda dengan Facebook.

Penggunaan Hashtag menentukan jangkauan



Line

(+) Populer di antara generasi muda

(+) fitur kupon bisa diberikan langsung, ada akun premium

(-) Banyak pesan promosi masuk inbox, cukup mengganggu pengguna



TikTok

Termasuk apps yang sedang menanjak tangga kepopuleran, untuk generasi muda khususnya

(+) sekarang sudah ada tiktok promotion yang dapat digunakan oleh sekolah



Whatsapp

Mudah digunakan, mudah untuk menyebarkan lagi, materi bisa photo/video/teks dan tentunya kita berharap pengguna meneruskan kembali materi promosi kita. Memungkinkan broadcast.

Bisa menggunakan Whatsapp Business.

Jenis Materi Promosi yang dapat digunakan

VIDEO

Size file video jangan terlalu besar, biasanya tidak lebih dari 2 menit 30 detik.

Hati-hati kalau terlalu besar akan mengganggu.

HOT LINKS

Memungkinkan untuk menyebarkan dengan hot links, misalnya ke formulir pendaftaran sekolah atau situs web sekolah

PESAN TEKS

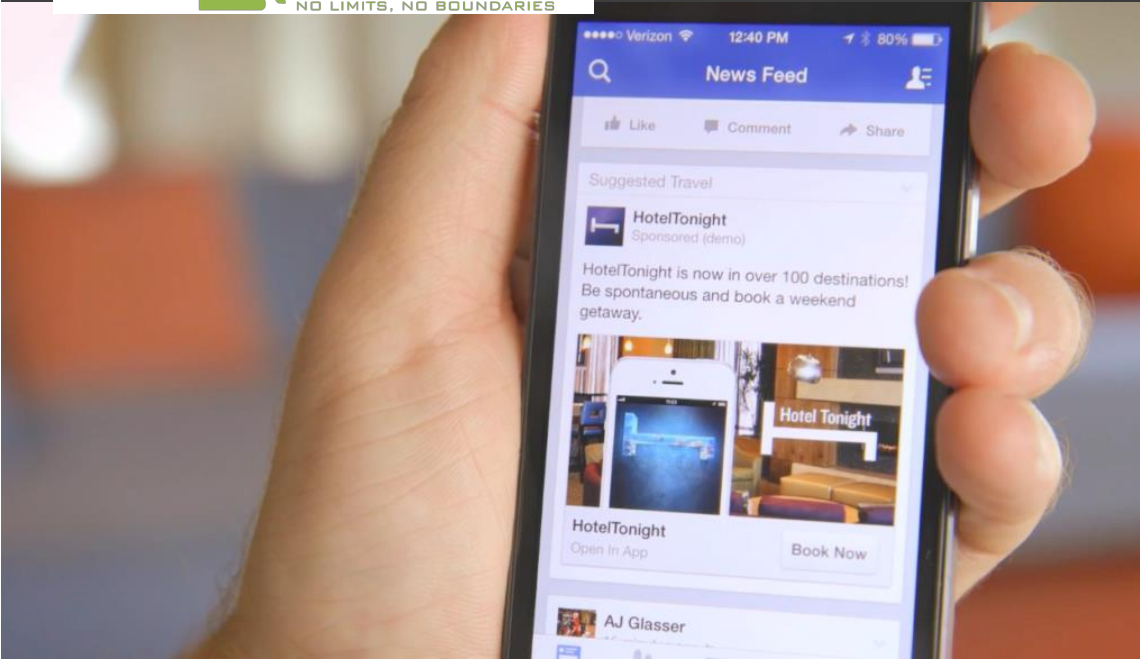
Ringan dalam segi penyebaran, tidak memakan kuota internet pengguna, mudah disebarkan.

Kata-katanya menentukan!

BROSUR JPG

Size jangan terlalu besar, namun harus menarik desainnya dan komunikatif.

Ideal karena menyajikan info cukup banyak asal bagus desainnya.



Facebook

Pengguna Facebook sudah terbiasa menggunakan apps ini, walaupun mendaftar di apps lain, FB tetap dibuka rutin oleh pengguna. Masih sangat ideal untuk marketing school.

Alat Promosi yang dapat digunakan

Canvas Ads

Gabungan carousel ads, video ads, single image ads, dll. Efektif, 53% pengguna melihatnya selama 31 detik setidaknya.

Facebook Pixel

Fitur yang memungkinkan kita mempelajari perilaku pemirsa kita. Berupa kode untuk menandai pengguna dan mengikutinya

Website Conversion Campaign

(setelah FB Pixel)
Setelah melihat ads kita, lalu masuk ke situs untuk mendapatkan info atau membeli

Mentargetkan Pemirsa

Mencari Leads dengan Demografi, Minat, Perilaku tertentu.

Manfaatkan Call to Action

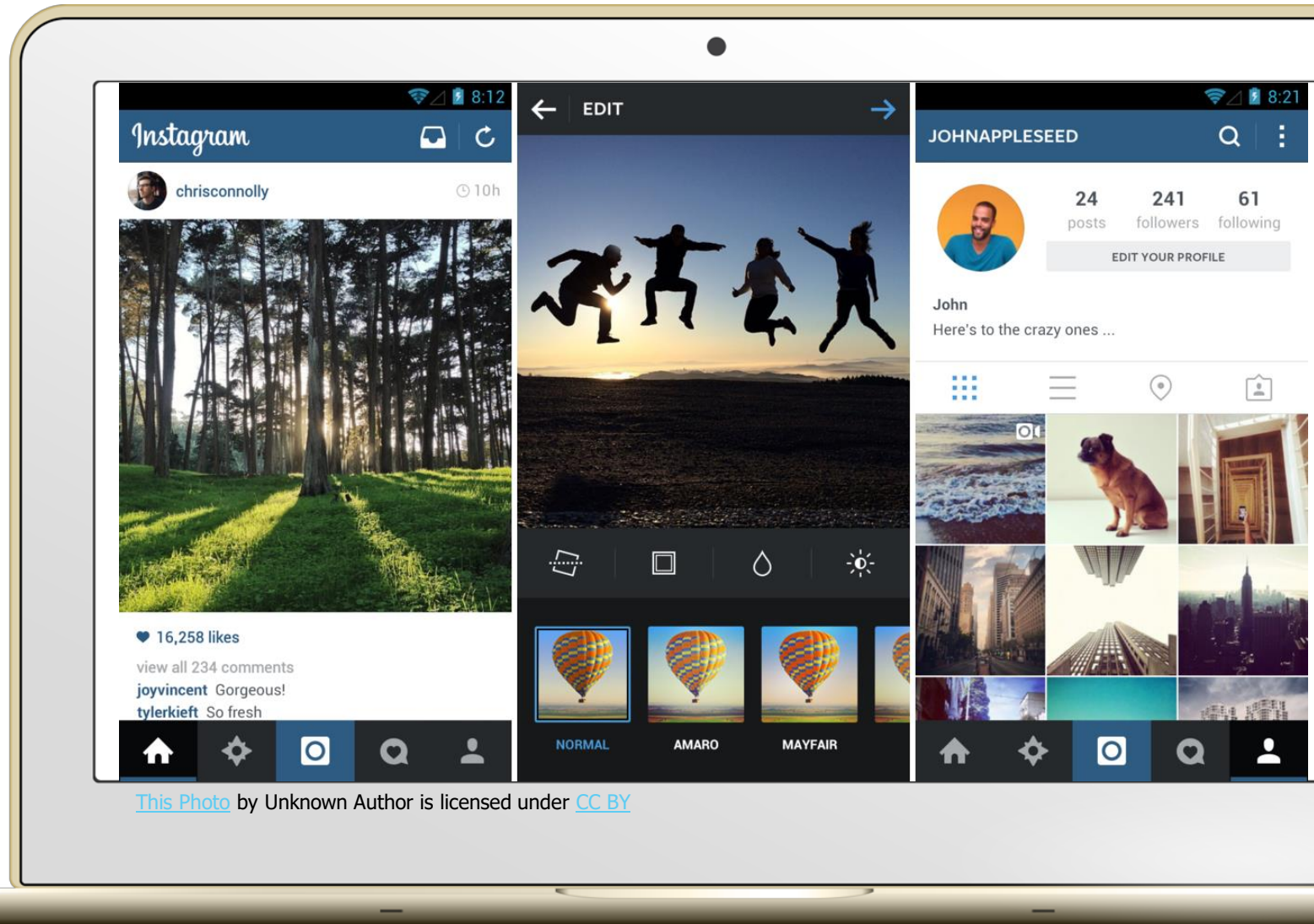
Saran

- Gunakan business profile – sehingga ada analytical tools yang lengkap
- Manfaatkan hashtags (#) organik jika memungkinkan
- Cari jenis posting yang paling efektif untuk sekolah
- Biasakan posting 1x sehari, jika bisa 2x sehari ideal

Jenis Materi Promosi yang dapat digunakan

- Single Image
- Carousel (maks 10 gambar geser)
- Video (maks 60 detik)
- IG TV Share (bisa lebih panjang)

Instagram



Jenis Materi Promosi yang dapat digunakan

Rewards & Coupons

- Manfaatkan fitur favorit ini, siapa yang tidak mau diskon atau produk gratis?

Stickers

- Stiker dapat digunakan untuk promosi atau melibatkan (engage) pengguna

Saran

- Gunakan Fitur Line Official Account
- Bisa memanfaatkan LINE API untuk memberikan customer service yang lebih baik



Line Apps

Apps ini sangat populer di Jepang, demikian pula di Indonesia, bisa terlihat dari statistik, menempati urutan 5 dalam jumlah Active Users.

Fitur paling menonjol dalam Line apps adalah memungkinkan mengirimkan voucher-voucher, ini membedakan Line dari yang lainnya.

LINE Ads Platform

NEW!



Smart Channel



LINE News



Timeline



Comics



Blog



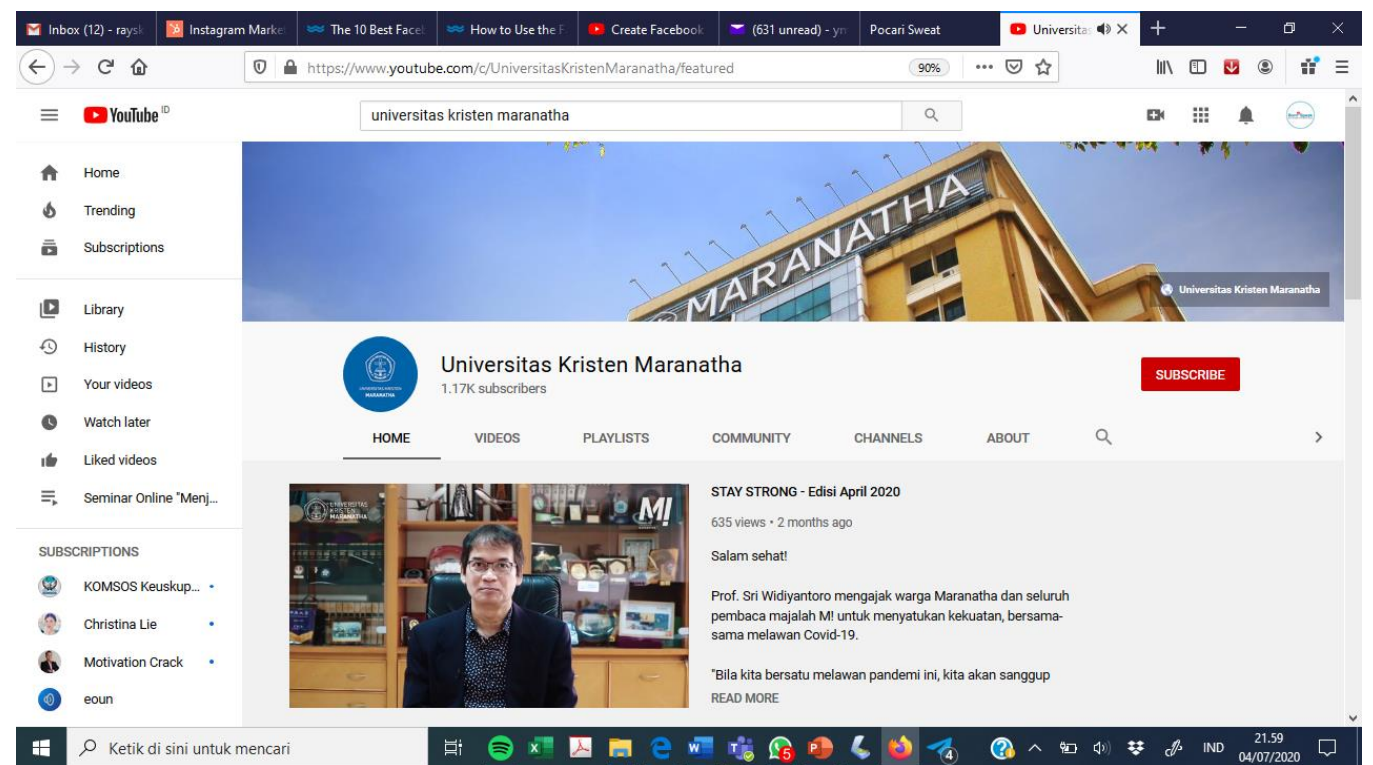
Rewards

Saran

- Buat YouTube Channel for business
- Pelajari demografi yang ingin ditargetkan sekolah... Apakah calon siswa atau calon orang tua?
- Pelajari youtube milik kompetitor dan juga youtube channel favorit anda
- Optimisasi video dengan SEO (Search Engine Optimization)

Agar Optimal

- Thumbnail video (yang tepat & menarik)
- Hashtags yang sesuai (check trending)
- Deskripsi Video harus menarik
- Pakai end screens – ajak subscribe!



The screenshot shows a web browser window displaying the YouTube channel page for Universitas Kristen Maranatha. The browser's address bar shows the URL: https://www.youtube.com/c/UniversitasKristenMaranatha/featured. The YouTube interface includes a search bar with the text 'universitas kristen maranatha', a navigation menu on the left with options like Home, Trending, Subscriptions, Library, History, Your videos, Watch later, Liked videos, and Seminar Online "Menj...", and a list of subscriptions including KOMSOS Keuskup..., Christina Lie, Motivation Crack, and eoun. The main content area features the channel's profile picture, name 'Universitas Kristen Maranatha', and subscriber count '1.17K subscribers'. Below this are navigation tabs for HOME, VIDEOS, PLAYLISTS, COMMUNITY, CHANNELS, and ABOUT. A featured video is displayed with the title 'STAY STRONG - Edisi April 2020', 635 views, and a description in Indonesian: 'Salam sehat! Prof. Sri Widiyantoro mengajak warga Maranatha dan seluruh pembaca majalah M! untuk menyatukan kekuatan, bersama-sama melawan Covid-19. *Bila kita bersatu melawan pandemi ini, kita akan sanggup'. The Windows taskbar at the bottom shows the search bar with the text 'Ketik di sini untuk mencari' and various application icons.

You Tube

Walaupun You Tube bukan top 5 dalam pengguna, tetap perlu untuk menggunakan You Tube untuk marketing sekolah. Mengapa? Karena akan bermanfaat untuk menyampaikan informasi berupa video dan sekarang juga bisa dengan post photo, dan seringkali sekarang digunakan untuk Webinar secara Live Streaming.

PANDUAN MEMBUAT KONTEN MEDIA SOSIAL



Syarat Konten yang Baik

Secara umum, konten yang baik untuk media sosial manapun adalah yang....



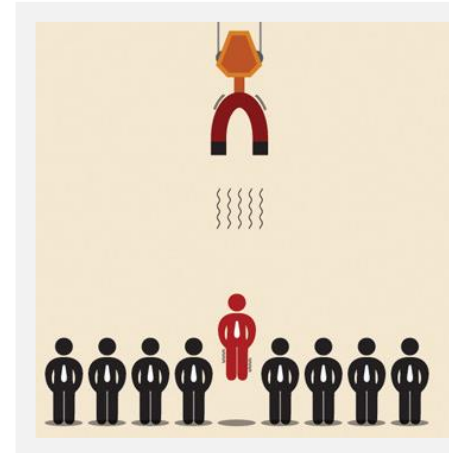
Relevan

Relevan dengan Pemirsa yang akan dijangkau



Bermanfaat

Bermanfaat bagi Pemirsa yang dituju



Menarik Perhatian

Menarik perhatian Pemirsa yang dituju



Desain Profesional

Dengan format dan tampilan yang menarik

SYARAT KONTEN YANG VIRAL

FROM: CONTAGIOUS
By JONAH BERGER

Social Currency

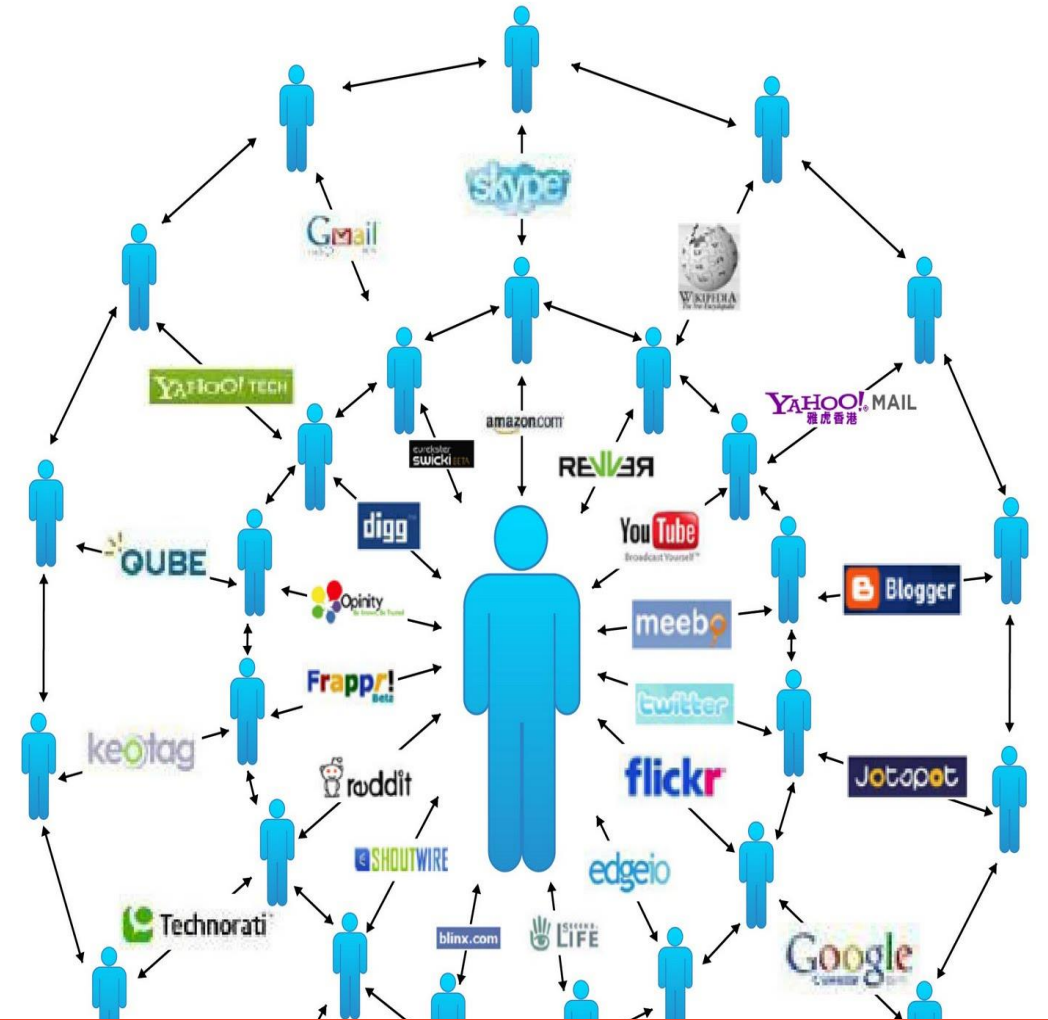
Triggers

Emotion

Public

Practical Value

Stories



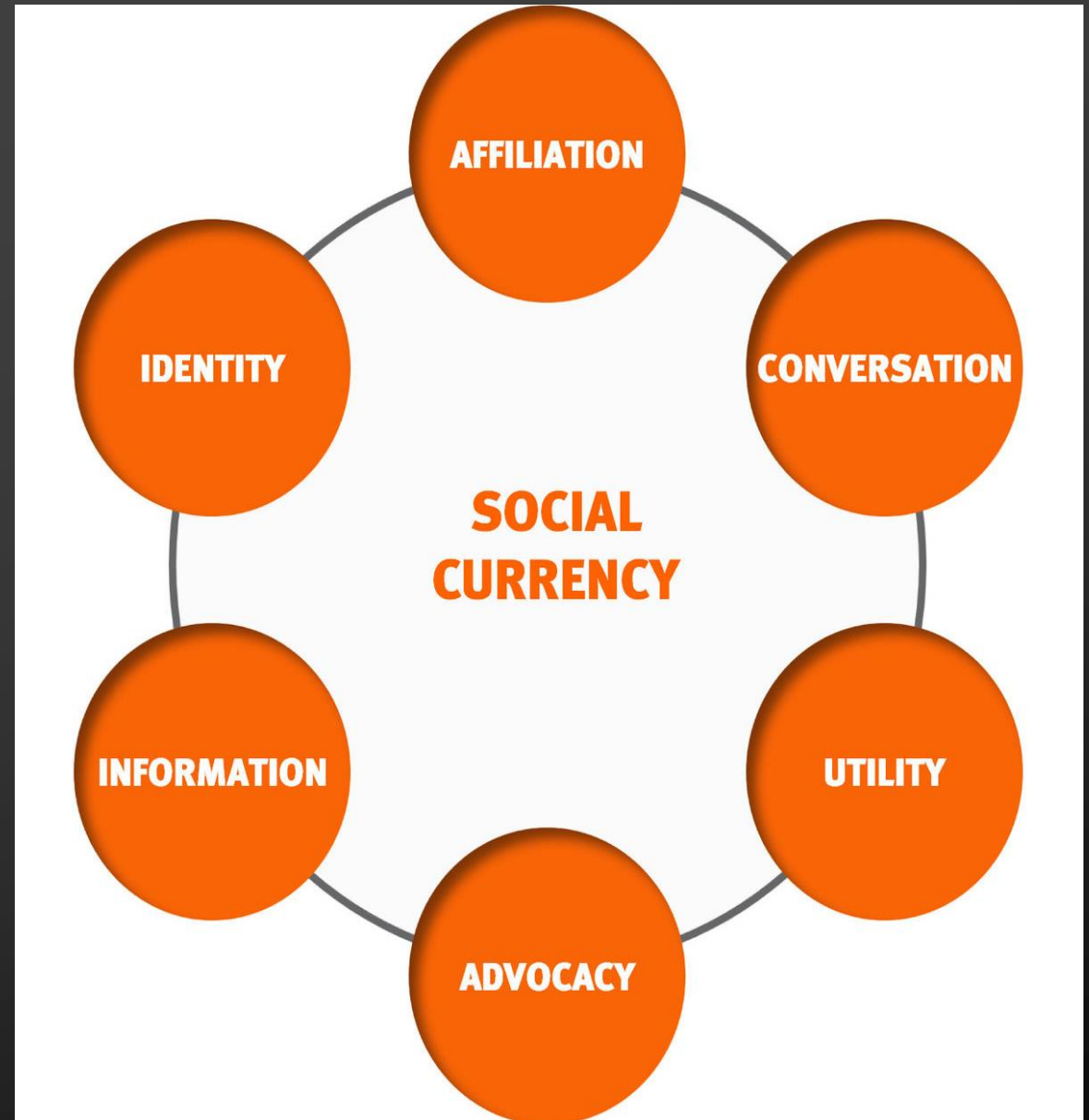
Viral berarti, menjadi bahan pembicaraan (Word of Mouth) dan disebarakan orang secara cepat

Social Currency

Orang peduli untuk membagikan sesuatu atau hal-hal yang membuat dia tampak terlihat baik/keren

Contoh:

Mengapa seekor semut bisa mengangkat barang 50 x lebih berat dari berat badannya?



Triggers

Pilih konten yang mudah diasosiasikan dengan pikiran, jadi gunakan istilah yang sudah ada di Top of mind, atau di ujung lidah para pemirsa.

Contoh:

Kit Kat dan Secangkir Kopi

Berat itu, Rindu Sekolahku

Dst...



Emotion

Kalau orang peduli atau ada ikatan emosi dengan konten-nya, maka ia akan mau membagikannya.

Contoh:

Cerita perjuangan seorang anak mencari uang untuk membeli obat ibunya yang sakit.

Cerita perjuangan seorang Ibu melawan penyakit kanker sementara tetap mencari nafkah untuk anak-anaknya.



Public

Membuka isi konten, dibuat memungkinkan untuk berkembang, sehingga orang penasaran mau melihat lebih banyak lagi.

Contoh:

Mengapa iklan anti narkoba malah mungkin meningkatkan penggunaan narkoba?



Practical Value

Membuat konten praktis untuk melayani keingintahuan pemirsa, yang mudah dipahami, sehingga mereka berminat untuk mengetahuinya lebih jauh.

Contoh:

Bagaimana agar gelas kopi tidak tumpah di kereta belanja?

Bagaimana cara membuat Cheese Cake tanpa panggangan?

Bagaimana cara mengembangkan pengikut instagram secara organik.



This Photo by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC-ND](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Stories

Orang akan mau membagikan konten jika bisa jadi bahan pembicaraan cerita dalam diskusi.

Contoh:

Ketika seorang pelari memecahkan rekor dunia dengan lebih cepat 1/10 detik.



**Pada Era Digital, penggunaan
Digital Marketing untuk
Sekolah
sudah merupakan
kewajiban dan kebutuhan!**



Rekomendasi Tautan Untuk Belajar Menggunakan Tools Digital Marketing

- Facebook Canvas Ads: <https://www.youtube.com/watch?v=P4raZCQ41-E>
- Facebook Pixel: <https://www.youtube.com/watch?v=XovxQTbKrio>
- Facebook Conversion Ads: <https://www.youtube.com/watch?v=9evC1aENWE8>
- Instagram Promote: <https://www.youtube.com/watch?v=teTOSzfrbnM>
- Instagram Analytics: https://www.youtube.com/watch?v=_nnZ7MLVAVU
- Instagram Hashtags: <https://www.youtube.com/watch?v=bgNmS2Pdooc>
- Create YouTube Channel: <https://www.youtube.com/watch?v=6o7qODwjEz8>
- YouTube Hashtags: <https://www.youtube.com/watch?v=ciqBPbMKsvU>
- YouTube End Screen: <https://www.youtube.com/watch?v=DeZdTcwYTJQ>

Where Information Technology Meets Business

Hampir semua lini layanan bisnis telah memanfaatkan Teknologi Informasi. Pemanfaatan perangkat teknologi informasi telah memberikan dampak disruptif yang luar biasa dalam tatanan kehidupan masyarakat di seluruh dunia, yang kita kenal sebagai REVOLUSI INDUSTRI 4.0. Masyarakat menjadi sangat tergantung pada keberadaan perangkat Teknologi. Hampir setiap pekerjaan di dunia bisnis saat ini menuntut pengetahuan teknologi. Apa pun bidangnya: akuntansi, marketing, keuangan maupun manajemen pasti membutuhkan pengetahuan yang berhubungan dengan komputer. Dengan semakin bergantungnya bisnis terhadap penggunaan teknologi, maka para ahli yang memiliki ilmu teknologi informasi terapan di dunia bisnislah yang akan menjadi kunci di sebuah perusahaan. Sehingga kebutuhan akan tenaga ahli dalam mengintegrasikan teknologi informasi untuk keperluan dunia bisnis juga melonjak tajam.

Tawaran magang & kerja datang bukan hanya bagi lulusan, tapi saat masih menempuh perkuliahan. Akankah PELUANG EMAS ini dilewatkan?

Untuk menjawab tantangan ini, FIT (Faculty of Information Technology) di Universitas Kristen Maranatha, menerapkan pola pembelajaran berbasis proyek dan kolaborasi. Setiap mata kuliah inti dilengkapi dengan praktikum yang terintegrasi dengan teori, dan diupayakan ada studi kasus berbasis problem dalam kelompok kerja, yang menghasilkan solusi di akhir sesi perkuliahan dalam setiap semesternya.

Mari bergabung meraih PELUANG EMAS, di Era Digital 4.0 bersama kami.

Jadilah seorang Sarjana DIGITAL BUSINESS.
Where Information Technology Meets Business :

**Data Analyst dan
Business
Intelligence**

**Enterprise
Information
System**

**Digital Business
Development &
Management**

**Technopreneur-
ship**

Dapatkan info pendaftaran:

Web : <https://pmb.maranatha.edu/>
Email : cs@maranatha.edu

Hotline : (022) 2006543
WA : 081112006543

Terima kasih dan semoga menjadi inspirasi bagi Sahabat FIT, meraih masa depan gemilang.

FTI

SISTEM
INFORMASI



DIGITAL
BUSINESS



UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA

Fakultas Teknologi Informasi
Program Studi Sarjana
Sistem Informasi

Jl. Prof. drg. Surya Sumantri, M.P.H. No. 65, Bandung - 40164, Jawa Barat, Indonesia
E-mail: cs@maranatha.edu | Hotline: (022) 200 6543 | WA : 08111 200 6543



Universitas Kristen
Maranatha Official



@maranatha



Universitas Kristen Maranatha

pmb.maranatha.edu

PROGRAM STUDI SARJANA

SISTEM INFORMASI



DIGITAL BUSINESS

Mengutamakan ilmu dan teknologi terapan termutakhir di empat bidang:

Business Intelligence, Digital Marketing, Technopreneurship, dan Enterprise Resource Planning



Gelar Akademik: **S.Kom.** (Sarjana Komputer)

Jumlah Kredit:
144 SKS

Masa Studi:
4 tahun

KOMPETENSI

- › *Data Analyst and Business Intelligence*
- › *Enterprise Information System*
- › *Digital Business Development & Management*

KONSENTRASI

- › *Enterprise Application Development*
- › *Enterprise Resource Planning (Supply Chain, Human Resource, Finance, Project Management)*
- › *Data Analytics & Business Intelligence*
- › *Technopreneurship (Digital Business) & Digital Marketing*

FAST TRACK PROGRAM

Menyelesaikan masa studi selama 5 tahun dengan meraih gelar Sarjana dan Magister

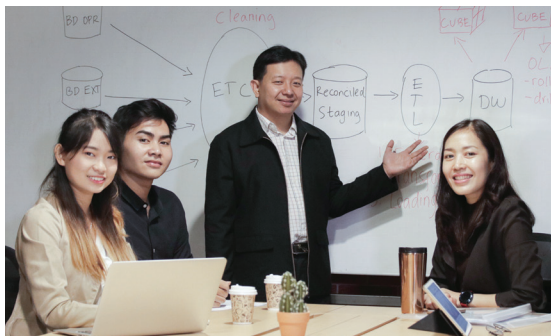
Berkesempatan untuk memiliki sertifikasi internasional bidang ERP (SAP Consultant), *Information Security (CEH)*, *Data Analytics (Tableau & Google)* dan *Digital Marketing (CDM)*

KERJA SAMA

Institusi dan vendor di tingkat nasional maupun internasional (Cisco Academy, Oracle Academy dan EC-Council Academia)

PILIHAN KARIER

E-Commerce Developer, Startup/Digital Business Owner | Digital Marketeer | Business Analyst | ERP Specialist | Consultant | Information System Auditor | Business Intelligence Engineer | Software Quality Assurance



FTI

**TEKNIK
INFORMATIKA**



**CYBERNETICS
SOLUTIONS:
BRIDGING IT AND SOCIETY**



**UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA**

Fakultas Teknologi Informasi
Program Studi Sarjana
Teknik Informatika

Jl. Prof. drg. Surya Sumantri, M.P.H. No. 65, Bandung - 40164, Jawa Barat, Indonesia
E-mail: cs@maranatha.edu | Hotline: (022) 200 6543 | WA : 08111 200 6543



Universitas Kristen
Maranatha Official



@maranatha



Universitas Kristen Maranatha

pmb.maranatha.edu

PROGRAM STUDI SARJANA

TEKNIK INFORMATIKA



CYBERNETICS SOLUTIONS: BRIDGING IT AND SOCIETY

Pembelajaran seimbang antara konseptual dan praktik di laboratorium agar siap berkarya secara maksimal di dunia kerja atau usaha



Gelar Akademik: **S.Kom.** (Sarjana Komputer)

Jumlah Kredit:
144 SKS

Masa Studi:
4 tahun

KONSENTRASI

- › *Data Analyst*
- › *Network and Security Architect*
- › *Multimedia and Game Developer*

Proses pembelajaran berfokus terhadap pengembangan *software* dan ilmu *computer science*, untuk mengasah kemampuan dalam bidang:

IT Solutions - Independent Software Vendor - System Analyst

FAST TRACK PROGRAM

Menyelesaikan masa studi selama 5 tahun dengan meraih gelar Sarjana dan Magister

KURIKULUM DAN SERTIFIKASI BERTARAF INTERNASIONAL

(Oracle Academy, CISCO Academy, EC-Council Academia, Red Hat Academy, MikroTik Academy, SAP University Partnership Program, Google Android)

KERJA SAMA INDUSTRI

Kerja sama dengan industri berskala nasional maupun internasional (GDP Labs, Blibli.com, Medion, OCBC NISP, WIT, Geekseat, dan Agate)

PILIHAN KARIER

Technopreneur | IT Solution Architect | Network Engineer | Chief Technology Officer (CTO) | Data Analyst | Mobile Developer | .Net Developer | Java Developer | Web Developer | Intelligent System Developer





UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA

PMB
- 20/21

PROMO MAGISTER ILMU KOMPUTER

Beasiswa

25%
*potongan
biaya kuliah*

Dengan syarat:

1. **Alumni** Universitas Kristen Maranatha - IPK min 3.25
2. **Non-alumni** Universitas Kristen Maranatha - IPK min 3.50

Pendaftaran online melalui

pmb.maranatha.edu

Untuk semester berikutnya potongan tetap berlaku
bila dapat mempertahankan IPK 3.50 setiap semesternya

#THECHOICEISYOURS





UNIVERSITAS
KRISTEN
MARANATHA

FAKULTAS
TEKNOLOGI INFORMASI

BIG & DATA E - BUSINESS INTELLIGENCE

Program Studi

Magister Ilmu Komputer

SK KEMENRI/TEKDIKTI No. 702/KPT/I/2018.

TAHUN
AKADEMIK
2019
2020

Magister Ilmu Komputer (ILKOM) adalah program studi strata dua di bidang teknologi informasi. ILKOM memiliki tujuan menghasilkan kurikulum pembelajaran yang tepat guna untuk pengembangan perangkat lunak domain spesifik yang sejalan dengan tren teknologi informasi dan sesuai dengan kebutuhan industri serta masyarakat.

Lulusan Program Studi Magister Ilmu Komputer diharapkan dapat menjadi lulusan yang memiliki kemampuan pembelajaran seumur hidup dengan kepemimpinan yang mumpuni dalam menyikapi perkembangan teknologi informasi, baik dari sisi teknis maupun sosial.



VISI

Menjadi salah satu program studi yang terdepan di Indonesia dalam inovasi pada bidang rekayasa perangkat lunak domain spesifik di tahun 2029 berdasarkan kasih dan keteladanan Yesus Kristus.

MISI

1. Menyelenggarakan pendidikan dengan konten yang inovatif dalam pengembangan perangkat lunak domain spesifik dengan memperhatikan perkembangan teknologi informasi secara berkesinambungan.
2. Menyediakan tenaga-tenaga akademik berkualitas prima dan terpercaya, baik secara teknis maupun sosial, dan memenuhi kebutuhan industri dan masyarakat luas.
3. Menyelenggarakan program-program pengabdian masyarakat luas yang berdampak langsung pada kebutuhan nyata di tengah masyarakat dan memenuhi nilai-nilai Kristiani yang diusung oleh Universitas Kristen Maranatha.

MASA STUDI & MODEL PERKULIAHAN

Kuliah diselenggarakan Senin-Jumat antara pukul 18:00-21:00. Model perkuliahan dilakukan berbasis *blended learning*, dilengkapi dengan pembahasan studi kasus riil dari dunia industri, bersama para dosen tamu dan pakar dari dunia industri.



KURIKULUM

Program Studi Magister Ilmu Komputer memiliki 27 SKS mata kuliah utama, 3 SKS persiapan tesis, dan 6 SKS tesis.

1. Mata Kuliah Utama (27 SKS)

- *Modern Software Engineering* (3 SKS)
- *Big Data Management* (3 SKS)
- *Semantic Web* (3 SKS)
- *Open Source Technology* (3 SKS)
- *Data Analytics* (3 SKS)
- *IT & Fintech Risks Management* (3 SKS)
- *Applied Artificial Intelligence* (3 SKS)
- *Cyber Law* (3 SKS)
- *Software Testing & QA* (3 SKS)

2. Rangkaian Tesis

- *Research Methodology* (2 SKS)
- *Thesis Proposal* (1 SKS)
- *Thesis & Publication* (6 SKS)

3. Peluang Sertifikasi

- Nasional: Badan Sertifikasi Profesi (BNSP)
- Internasional: Data science, CEH, CDM
- Vendor: SAP, Oracle, Mikrotik, EC Council

MATRIKULASI

Peserta Program Studi Magister Ilmu Komputer yang berlatar belakang ilmu S1 non Teknik Informatika/Illmu Komputer harus mengikuti Program Matrikulasi. Tujuan program matrikulasi adalah untuk memberikan konsep dasar teknologi informasi bagi yang tidak memiliki latar belakang pengetahuan tersebut.

FASILITAS

Proses Pembelajaran Program Studi Magister Ilmu Komputer didukung: ruang kuliah nyaman ber-AC, perpustakaan modern, *e-journal*, laboratorium komputer, *e-learning*, Sertifikasi BNSP (Badan Nasional Sertifikasi Profesi), berbagai Sertifikasi dari Vendor Internasional dan koneksi internet 24 jam.

PROFIL LULUSAN

→ *Data Warehouse Manager*

Mampu menghimpun, mengelola, dan mengembangkan *Data Warehouse* dengan mengelola data dari berbagai sumber, sehingga dapat dipakai dalam menyelesaikan persoalan di organisasi dan masyarakat.

→ *Big Data Analyst*

Mampu melakukan inovasi dalam pengembangan perangkat lunak yang teruji untuk mengorganisasi, menganalisis dan memanfaatkan data terdistribusi dalam skala besar guna menghasilkan pengetahuan yang bermanfaat, sehingga dapat dipakai dalam menyelesaikan persoalan di organisasi dan masyarakat.

→ *Information Architecture Manager/Information Architect*

Mampu mengembangkan dan mengelola model data organisasi serta standar pengelolaan informasi sebagai sumber pengetahuan, sehingga dapat dimanfaatkan untuk menjawab kebutuhan organisasi dan masyarakat saat ini dan di masa mendatang.

36 SKS

3 Semester

Gelar:
M.Kom. Magister
Komputer



INFORMASI PENDAFTARAN

Pendaftaran dapat dilakukan secara online melalui **pmb.maranatha.edu**

Dokumen Persyaratan

1. Formulir Pendaftaran
2. Pernyataan mahasiswa dan kewajiban keuangan
3. 2 lembar foto ukuran 3x4 menggunakan pakaian formal berlatar belakang merah
4. 2 lembar fotokopi ijazah dan transkrip S-1 yang telah dilegalisir basah
5. 2 lembar fotokopi akte kelahiran
6. Wajib mengikuti tes TOEFL di Universitas Kristen Maranatha sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan atau menyerahkan fotokopi hasil tes TOEFL yang masih berlaku (maks. 2 tahun terakhir)

Universitas Kristen Maranatha

Magister Ilmu Komputer

Fakultas Teknologi Informasi

Universitas Kristen Maranatha

Grha Widya Maranatha (GWM) Lt. 8

Jl. Prof. drg. Surya Sumantri, M.P.H. No. 65

Bandung - 40164, Jawa Barat, Indonesia

Telp.: +62 22 - 200 3450 ext. 1706

Email: magister.ilkom@it.maranatha.edu

s2ilkom.it.maranatha.edu | www.maranatha.edu