

**LAPORAN AKHIR
MANAJEMEN PROGRAM STUDI**



**SOSIALISASI DAN PROMOSI
PROGRAM STUDI TEKNIK SIPIL (S1)
JURUSAN PENDIDIKAN TEKNIK BANGUNAN**

KETUA PELAKSANA

Dr. NAHESSON H PANJAITAN., ST., MT., NIDN: 0027057205

Dibiayai oleh:

Universitas Negeri Medan
Sesuai Kontrak Nomor:
0688/ UN33/ KEP/2017

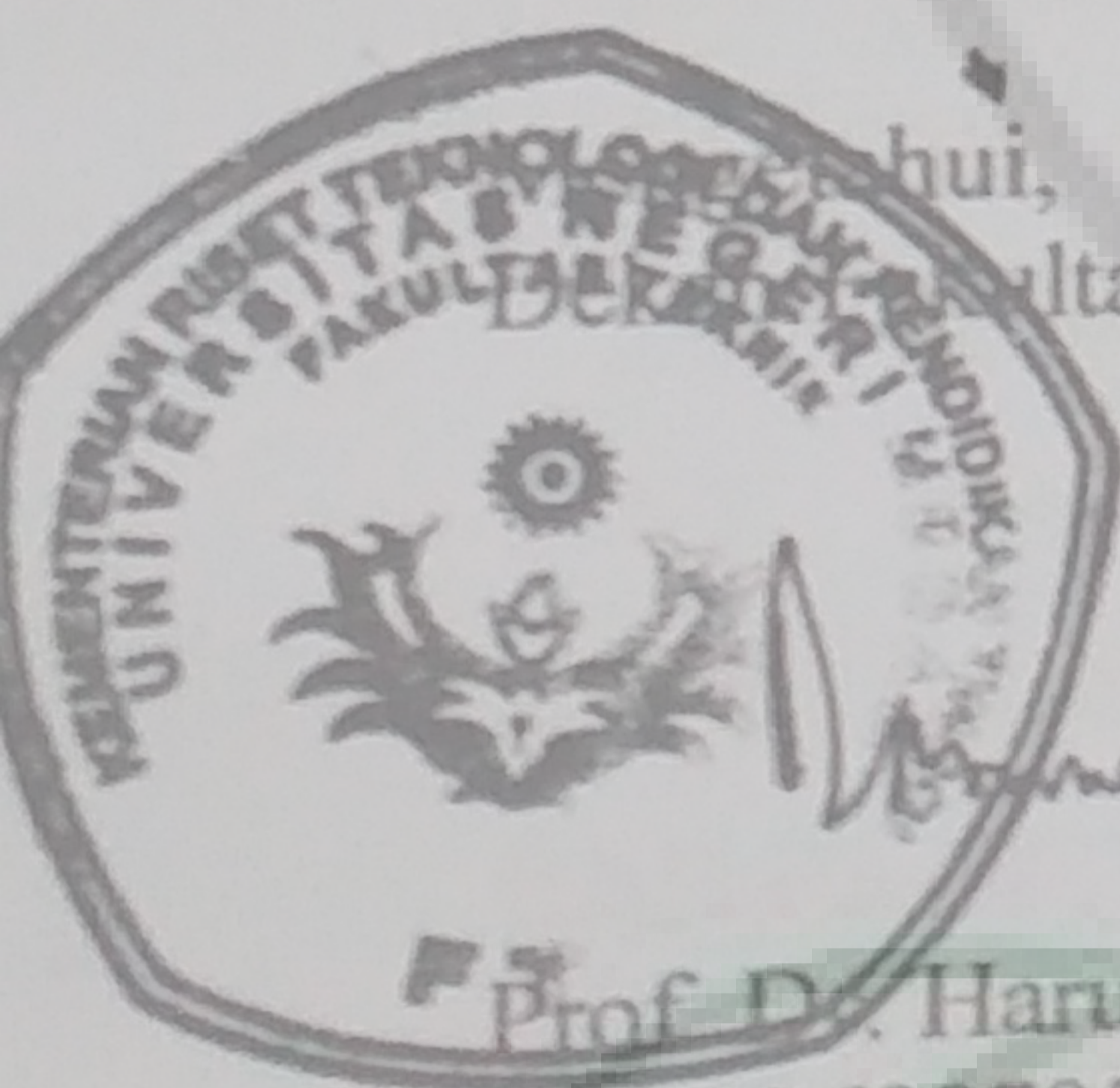
**UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
FAKULTAS TEKNIK
2017**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Sosialisasi dan Promosi Program Studi Teknik Sipil (SI) Jurusan Pendidikan Teknik Bangunan
Bidang Ilmu : Teknik Sipil
Ketua Peneliti
a. Nama Lengkap : Dr. Nahesson H. Panjaitan S.T., M.T.
b. NIP/NIK : 197205272002121002
c. NIDN : 0027057205
d. Pangkat/Golongan : Lektor/ IHD
e. Jabatan Fungsional : Penata Tk 1
f. Fakultas/Jurusan : Teknik/ Pendidikan Teknik Bangunan
g. Pusat Penelitian : Lemlit UNIMED
h. Alamat Institusi : Jl. Willem Iskandar Pasar V, Medan Estate
i. Telp/Faks/email : 08156112772// nahessonpanjaitan@gmail.com
Biaya yang diusulkan : Rp. 15.000.000,-

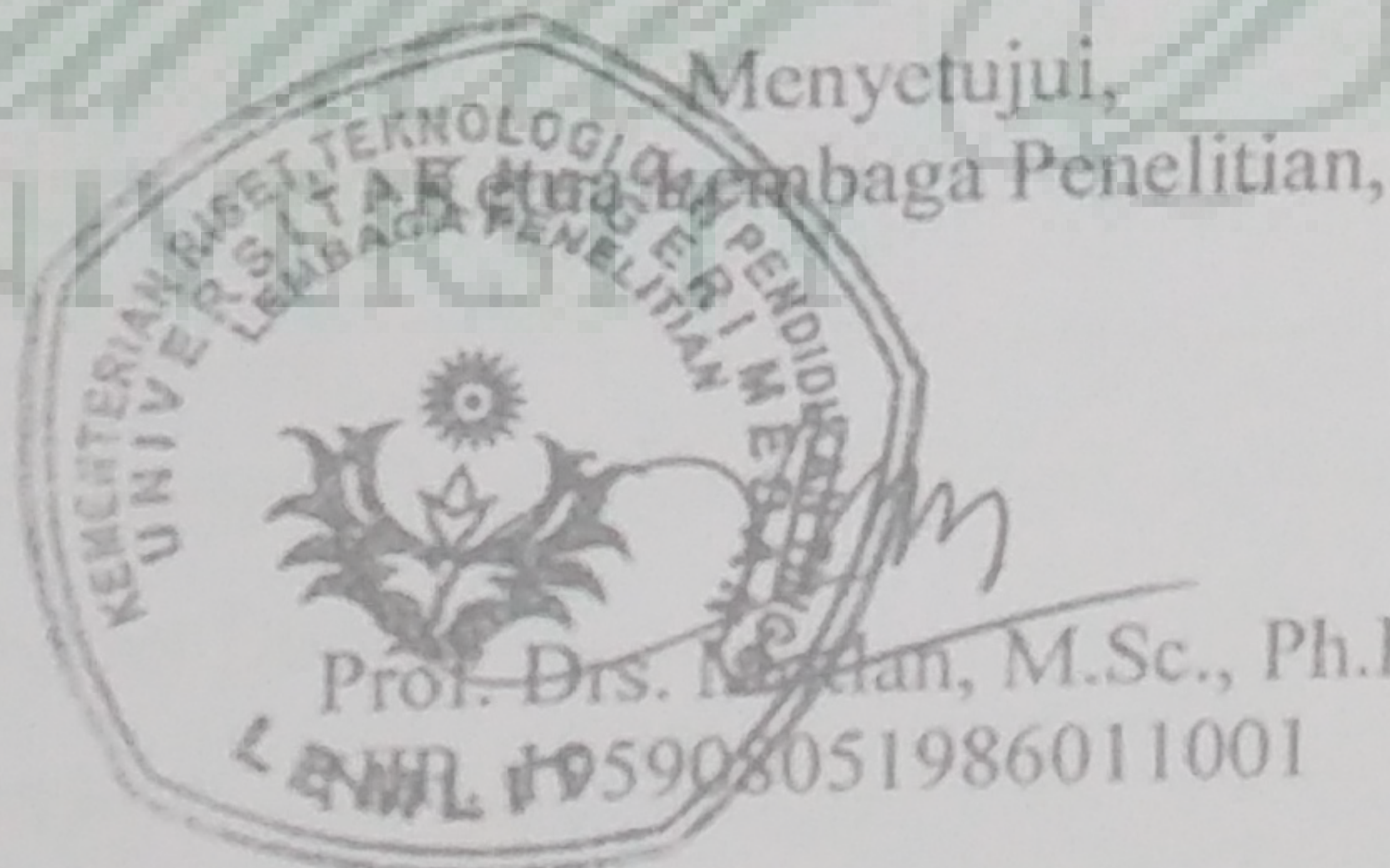
Medan, 06 Desember 2017

Ketua Peneliti



Prof. Dr. Harun Sitompul, M.Pd.
NIP. 19600705 1986011001

Dr. Nahesson H Panjaitan, S.T., M.T.
NIP. 197205272002121002



Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian,

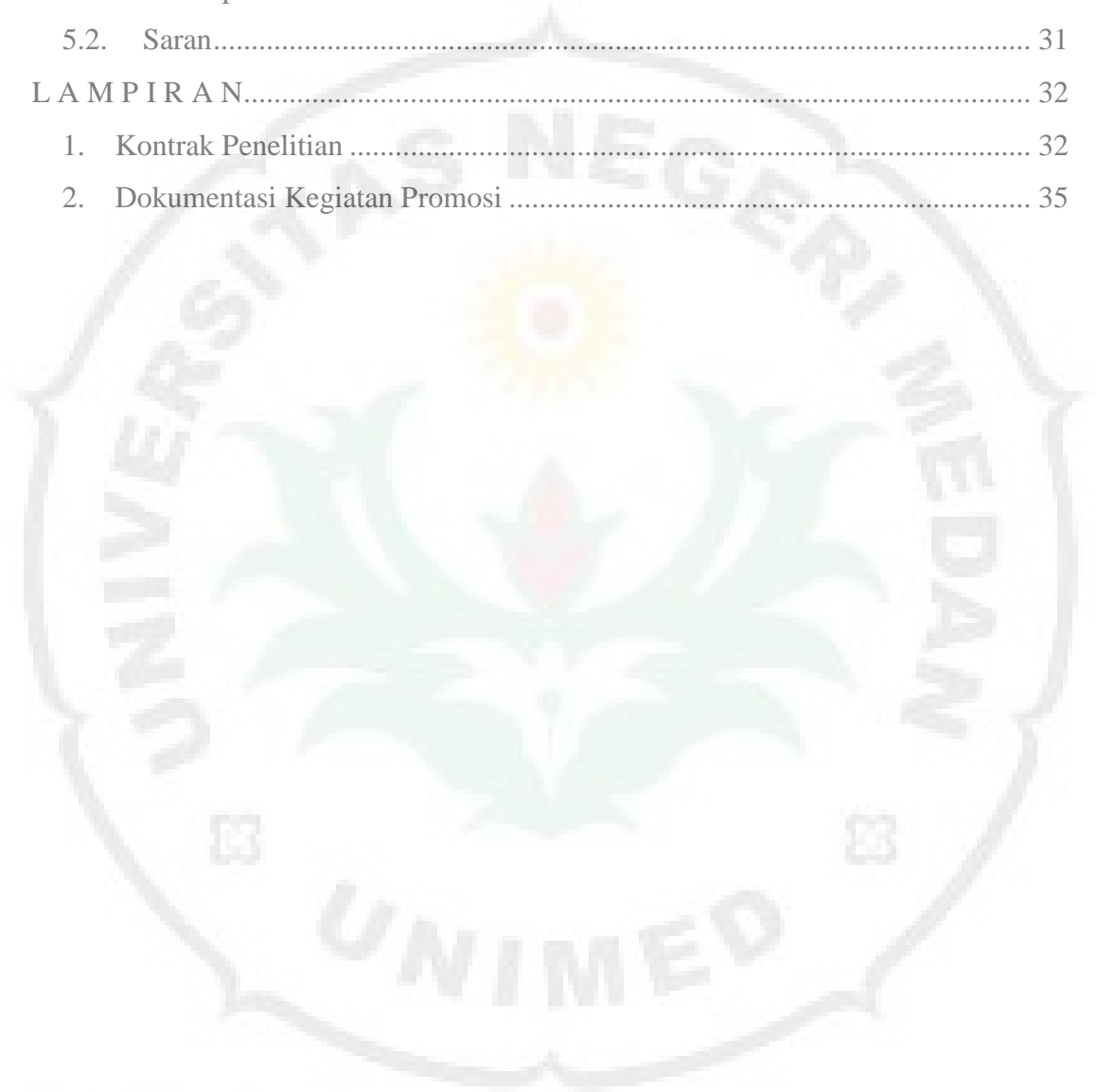
Prof. Drs. M. H. H. M., M.Sc., Ph.D.

NIP. 195908051986011001

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAK.....	v
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	3
1.4. Manfaat Penelitian	4
1.5. Luaran Penelitian	4
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1. Pengertian Sosialisasi.....	5
2.2. Tujuan Media Promosi.....	6
2.3. Pengertian Promosi	7
2.4. Strategi Sosialisasi dan Promosi	7
2.5. Langkah-Langkah Penetapan Media.....	8
2.6. Jenis/ Macam Media	10
2.7. Pesan Dalam Media.....	11
2.8. Media Grafis.....	13
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1. Metode Pelaksanaan.....	19
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	19
3.3. Kurun Waktu Pencapaian Keluaran	20
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	21
4.1. Hasil	21
1. Promosi Melalui Media Sosial	22
2. Penyebaran Brosur.....	24
4.2. Pembahasan.....	27
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	31

5.1. Kesimpulan	31
5.2. Saran.....	31
LAMPIRAN.....	32
1. Kontrak Penelitian	32
2. Dokumentasi Kegiatan Promosi	35



THE
Character Building
UNIVERSITY

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan bagian dari penelitian manajemen program studi dalam rangka mempromosikan program studi Teknik Sipil (S1) Universitas Negeri Medan, yang mulai menerima mahasiswa baru pada tahun ajaran 2017/2018. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mensosialisasikan, mengenalkan dan mempromosikan, serta meemtakan mahasiswa program Studi Teknik Sipil (S1) Unimed di wilayah Kota Medan dan Kabupaten Kota sekitarnya. Adapun promosi program Studi Teknik (S1) ini dilakukan dengan media sosial dan penyebaran brosur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah mahasiswa baru yang terdaftar pada program studi Teknik Sipil S 1 berjumlah 86 orang dari jumlah peminat sebanyak 1431 orang, dengan tingkat persaingan cukup tinggi yaitu rata-rata 1:28. Daerah asal mahasiswa sudah secara regional mencakup pulau Sumatera Dan Pulau Jawa, sumber informasi keberadaan Teknik Sipil S1 PTB FT UNIMED diketahui melalui sumber informasi yang berbeda seperti dari sekolah, Web, jejaring sosial, alumni dan lain-lain, serta program studi S1 Teknik Sipil merupakan pilihan pertama dari mahasiswa baru. Diharapkan dengan pelaksanaan program promosi ini secara berkesinambunga akan diperoleh mahasiswa baru yang lebih berkualitas, sehingga kualitas prodi Teknik Sipil (S1) Unimed akan semakin meningkat.

Kata kunci: penelitian, promosi, media, prodi teknik sipil (S1), Unimed

THE
Character Building
UNIVERSITY

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan perguruan tinggi seperti universitas, sekolah tinggi, politeknik maupun akademi di Kota Medan sangat pesat terutama perguruan tinggi swasta. Sejumlah program studi yang bervariasi terdapat di dalam masing-masing perguruan tinggi. Universitas yang ada di Kota Medan umumnya memiliki multi jurusan/program studi. Secara garis besar setiap universitas tersebut mempunyai program studi teknik sipil yang berada dibawah naungan fakultas Teknik. Terdapat 4 Perguruan Tinggi Negeri di Propinsi Sumatera Utara yaitu, Universitas Sumatera Utara, Universitas Negeri Medan, Universitas Islam Negeri dan Politeknik Negeri Medan. Dari keempat perguruan tinggi ini hanya UIN yang tidak memiliki Fakultas Teknik dan program studi teknik Sipil. Sedangkan hampir semua perguruan tinggi Swasta memiliki Fakultas teknik dan Program Studi Teknik Sipil.

Keberadaan Program Studi Teknik Sipil di Kota Medan pada masa sekarang ini, cukup diperhitungkan dalam dunia kerja, baik sebagai tenaga kependidikan maupun sebagai tenaga profesional keteknik sipilannya. Kurikulum inti masing-masing universitas yang digunakan telah menekankan keunggulan, kompetensi dan spesifikasi tertentu, sehingga dapat bersaing antara lulusan. Jurusan Pendidikan Teknik Bangunan UNIMED saat ini cukup diperhitungkan baik oleh perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta yang sekarang ini telah mempunyai 3 (tiga) Program Studi yaitu Pendidikan Teknik Bangunan, Teknik Sipil D3 dan Teknik Sipil S1. Pasar kerja Teknik Sipil yang cukup luas menjadikan program studi teknik sipil adalah prioritas dalam pemilihan program studi ketika memasuki perguruan tinggi. Hal ini merupakan dasar pertimbangan atas suatu keberhasilan bahwa materi yang diberikan di bangku kuliah dapat menjawab dan mengisi berbagai jenis lapangan pekerjaan.

Program Studi Teknik Sipil masih menjadi pilihan yang banyak diminati oleh lulusan SLTA/ calon mahasiswa di kota Medan, sedangkan jumlah calon yang dapat ditampung di perguruan tinggi negeri sangat sedikit, sebagian besar

calon yang tidak tertampung akhirnya memilih perguruan tinggi swasta yang biayanya relatif lebih mahal.

Program Studi Teknik Sipil pada Perguruan Tinggi Negeri khususnya di Kota Medan umumnya Propinsi Sumatera Utara saat ini hanya diakomodasi oleh satu Perguruan Tinggi Negeri saja (USU, UNIMED dan Politeknik), sedangkan peminat pada Prodi Teknik Sipil cukup banyak untuk level Propinsi dan kompetisi untuk masuk ke perguruan tinggi negeri tersebut sangat ketat. Oleh karena itu Universitas Negeri Medan (UNIMED) pada tahun 2017 telah dapat menerima mahasiswa Prodi Teknik Sipil untuk mengakomodirnya.

Program Studi Teknik Sipil Universitas Negeri Medan berdiri pada Tahun 2016, berdasarkan SK Keputusan Menteri Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia Nomor 173/KPT/I/2016. Program studi Teknik Sipil S1 (UNIMED) Jurusan Pendidikan Teknik Bangunan akan membuka Program Studi teknik Sipil (S1) yang dimulai pada Tahun Ajaran 2017/2018 dengan mengacu standard kurikulum KKNI (Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia).

Untuk mencari dan menumbuh minat mahasiswa memasuki program studi maka, perlu dilakukan suatu kegiatan promosi dan sosialisasi yang merupakan sarana yang strategis dalam mengenalkan program studi baru pada masyarakat dan dunia persekolahan terutama siswa kelas 12 di SMA/ Sederajat di Sumatera Utara. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini masyarakat pada umumnya, dan siswa kelas 12 khususnya di sekitar Sumatera Utara dapat mengetahui adanya program studi tersebut pada suatu universitas.

Kegiatan promosi dan sosialisasi pada tahun 2017 ini, diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih jelas dan sumber informasi yang lebih terbaru pada masyarakat Kota Medan khususnya, umumnya masyarakat propinsi Sumatera Utara, terutama siswa kelas 12 sekolah umum dan kejuruan dalam hal mengenal program studi Teknik Sipil (S1) di Universitas Negeri Medan (UNIMED). Informasi yang disampaikan pada kegiatan promosi dan sosialisasi ini diharapkan meningkatkan minat/antusias siswa mendaftarkan diri pada ujian/ seleksi nasional SBMPTN dan SLMPTN tahun 2017 pada program studi Teknik Sipil, UNIMED.

1.2. Rumusan Masalah

Program Studi Teknik Sipil bertujuan menghasilkan sarjana teknik sipil yang memiliki kompetensi mampu mengembangkan diri sesuai dengan profesinya sebagai perencana, pelaksana, manajer proyek konstruksi, mampu menghadapi situasi serta tantangan baru (*adaptive*), memiliki kemampuan analisis dan manajerial (*problem solving*), memiliki etika dan tanggung jawab moral (*ethics*), serta peka terhadap pemberdayaan potensi lokal/daerah (*contextual*).

Dari latar belakang yang dikemukakan diatas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana potensi lulusan SMA dalam memasuki program studi teknik UNIMED?
2. Bagaimana strategi promosi dan sosialisasi program studi Teknik sipil?
3. Bagaimana pemetaan mahasiswa program studi Teknik Sipil UNIMED?

1.3. Tujuan Penelitian

Program Studi S1 Teknik Sipil UNIMED yang pada tahun ajaran semester Ganjil 2017/2018 akan menerima mahasiswa baru untuk pertama kalinya. Untuk itu perlu kiranya sosialisasi dan promosi program studi ini, agar dapat dikenal luas oleh masyarakat Kota Medan khususnya dan umumnya propinsi Sumatera Utara dan diharapkan secara regional seluruh Nusantara dapat mengenal program studi ini. Oleh karena itu tujuan dari kegiatan penelitian sosialisasi dan promosi Program Studi S1 Teknik Sipil UNIMED antara lain:

1. Untuk mensosialisasikan keberadaan Program Studi S1 Teknik Sipil Fakultas Teknik UNIMED sebagai salah satu prodi baru di jurusan Pendidikan Teknik Bangunan.
2. Mengenalkan dan mempromosikan program Studi di wilayah Kota Medan dan Kabupaten Kota sekitarnya
3. Memetakan mahasiswa Program Studi S1 Teknik Sipil UNIMED

1.4. Manfaat Penelitian

Penerima manfaat dari kegiatan penelitian ini adalah:

1. Program studi Teknik Sipil (S1) UNIMED, dengan antusiasnya siswa kelas 12 sekolah umum dan kejuruan memilih prodi ini, maka prodi ini dapat memulai kegiatannya, selain itu, dengan besarnya antusias siswa kelas 12 memilih prodi ini dalam seleksi SBMPTN 2017, kualitas mahasiswa yang diterima akan semakin baik.
2. Fakultas Teknik UNIMED, dengan dibukanya prodi Teknik Sipil, serta diterimanya mahasiswa yang berkualitas, akan meningkatkan kualitas Fakultas Teknik di lingkungan UNIMED.
3. Universitas Negeri Medan dalam penguatan akreditasi institusi yang sudah diperoleh (**Akreditasi A**).

1.5. Luaran Penelitian

Luaran penelitian ini adalah dokumen promosi dan sosialisasi program studi S1 Teknik Sipil dan pemetaan mahasiswa S1 Teknik Sipil.



BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Sosialisasi

Secara umum sosialisasi adalah suatu proses belajar yang dilakukan oleh seorang individu untuk bertingkah laku berdasarkan batasan-batasan yang telah ada dan diakui di dalam masyarakat. Atau definisi sosialisasi yaitu suatu proses dalam hidup seorang individu untuk mempelajari berbagai macam kebiasaan seperti cara hidup, nilai-nilai dan norma-norma sosial yang terdapat dalam masyarakat dengan maksud supaya dapat diterima oleh masyarakat. Dengan proses ini seorang individu akan mengadopsi kebiasaan, sikap maupun ide orang lain sehingga dapat dipercaya dan diakui.

Sedangkan sosialisasi dalam arti sempit yaitu proses pembelajaran yang dilakukan seseorang untuk mengenal lingkungan sekitarnya baik itu lingkungan fisik maupun sosial. Pengenalan lingkungan dilakukan seorang individu untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungan, yang nantinya akan membekali dirinya di dalam pergaulan yang luas. Dan sosialisasi dalam arti luas yaitu suatu proses interaksi dan juga pembelajaran seorang individu yang dimulai saat dia lahir sampai meninggal dalam suatu kebudayaan masyarakat. Jadi seorang bayi yang baru lahirpun akan melakukan proses sosialisasi. Seperti dimulai dengan mengenal lingkungannya terdekatnya, lingkungan yang paling dekat dengan dirinya yaitu keluarga. Dan seiring berjalannya waktu proses sosialisasinya pun akan semakin meluas seperti mengenal lingkungan masyarakat dan sebagainya.

Ciri-ciri seorang individu yang mampu dan berhasil dalam bersosialisasi dapat dilihat saat orang tersebut mampu menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Sehingga seorang individu tersebut mulai menyesuaikan diri dengan unsur-unsur kebudayaan yang ada dalam masyarakat, dimulai dari lingkungan terdekatnya seperti keluarga dan menuju lingkungan luas yaitu lingkungan masyarakat. Dengan berhasilnya menerima dan menyesuaikan diri dengan lingkungannya maka seorang individu akan merasa bahwa dirinya bagian dari keluarga dan juga masyarakat.

Sosialisasi diartikan sebagai sebuah proses seumur hidup bagaimana seorang individu mempelajari kebiasaan-kebiasaan yang meliputi cara-cara

hidup, nilai- nilai, dan norma-norma sosial yang terdapat dalam masyarakat agar dapat diterima oleh masyarakatnya.

Berikut pengertian sosialisasi menurut para ahli:

1. *Charlotte Buhler*: Sosialisasi adalah proses yang membantu individu-individu belajar dan menyesuaikan diri, bagaimana cara hidup, dan berpikir kelompoknya agar ia dapat berperan dan berfungsi dengan kelompoknya.
2. *Peter Berger*: Sosialisasi adalah suatu proses dimana seseorang menghayati serta memahami norma-norma dalam masyarakat tempat tinggalnya sehingga akan membentuk kepribadiannya.
3. *Paul B. Horton*: Sosialisasi adalah suatu proses dimana seseorang menghayati serta memahami norma-norma dalam masyarakat tempat tinggalnya sehingga akan membentuk kepribadiannya.
4. *Soerjono Soekanto*: Sosialisasi adalah proses mengkomunikasikan kebudayaan kepada warga masyarakat yang baru. Secara umum (*dalam Sari: 2009*).

Sosialisasi didefinisikan sebagai proses penanaman atau transfer kebiasaan atau nilai dan aturan dari satu generasi ke generasi lainnya dalam sebuah kelompok atau masyarakat. Sejumlah menyebut sosialisasi sebagai teori mengenai peranan (*role theory*). Karena dalam proses sosialisasi diajarkan peran-peran yang harus dijalankan oleh individu

2.2. Tujuan Media Promosi

Dalam mempromosikan suatu produk barang ataupun jasa dibutuhkan media untuk mempromosikannya. Media dapat merupakan berbagai jenis kegiatan. Adapun tujuan media promosi adalah:

1. Media dapat mempermudah penyampaian informasi.
2. Media dapat menghindari kesalahan persepsi.
3. Media dapat memperjelas informasi.
4. Media dapat mempermudah pengertian.
5. Media dapat mengurangi komunikasi yang verbalistis.
6. Media dapat menampilkan objek yang tidak bisa ditangkap mata.
7. Media dapat memperlancar komunikasi.

2.3. Pengertian Promosi

Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa pada dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Dengan adanya promosi produsen (produk/jasa) atau distributor mengharapkan kenaikannya angka penjualan. Promosi merupakan suatu aktivitas komunikasi dari pemilik produk atau jasa yang ditujukan kepada masyarakat, dengan tujuan supaya produk atau jasa, merek dan nama perusahaan dapat dikenal masyarakat sekaligus mempengaruhi masyarakat supaya mau membeli serta menggunakan produk atau jasa perusahaan. Promosi yaitu kegiatan dari pemasaran maupun penjualan dalam rangka untuk meninformasikan dan mendorong permintaan konsumen terhadap produk atau jasa dari suatu perusahaan dengan mempengaruhi konsumen supaya membeli produk atau jasa yang dijual oleh perusahaan. Promosi merupakan cara yang dilakukan oleh pemasar untuk meninformasikan dan mempengaruhi para konsumen atau masyarakat sehingga dapat tertarik untuk membeli serta menggunakan produk ataupun jasa yang dipasarkannya.

Tujuan promosi di antaranya adalah:

1. Menyebarkan informasi produk kepada target pasar potensial
2. Untuk mendapatkan kenaikan penjualan dan profit/laba
3. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan menjaga kesetiaan pelanggan
4. Untuk menjaga kestabilan penjualan ketika terjadi lesu pasar
5. Membedakan serta mengunggulkan produk dibanding produk pesaing
6. Membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan.
7. Mengubah tingkah laku dan pendapat konsumen

2.4. Strategi Sosialisasi dan Promosi

Produsen sebuah produk baik barang atau jasa, membutuhkan strategi promosi yang tepat untuk mengenalkan produknya kepada konsumen. Strategi promosi produk sangat dibutuhkan. Karena tanpa adanya kegiatan promosi, sebuah produk tidak akan dikenal masyarakat. Makanya para pengusaha saling berlomba menggunakan berbagai strategi untuk mempromosikan produk mereka, guna memperoleh perhatian dari masyarakat.

Kegiatan promosi produk, tidak selamanya membutuhkan biaya yang cukup besar. Bagi Anda yang memiliki dana terbatas sekalipun, kegiatan promosi produk juga dapat dilakukan. Yang terpenting adalah kreatifitas produsen untuk menyusun strategi promosi dengan meminimalisir dana. Namun tetap perlu diingat, promosi dengan dana yang optimal, tentu akan menghasilkan respon pasar yang lebih optimal. Oleh sebab itu, sebagai tambahan informasi, berikut kami informasikan 18 strategi promosi cerdas, bahkan nyaris tanpa biaya sedikitpun.

1. Menyusun daftar rencana promosi:
2. Tentukan konsep promosi sebelum memulai usaha
3. Pilih sasaran pasar yang tepat
4. Fokus kepada pelanggan
5. Berikan informasi gratis:.
6. Gunakan *online marketing*: Promosi bisa dilakukan dengan mengirimkan email, grup media sosial, persahabatan dan lain-lain
7. Manfaatkan relasi media
8. Masuklah ke dalam komunitas
9. Memasang papan iklanLakukan hal kecil yang berdampak besar:
10. Berikan hadiah untuk konsumen
11. Gunakan strategi *word of mouth*
12. Jangan menganggap pesaing sebagai musuh
13. Promosi silang (*Cross-promote*)
14. Iklan alternatif akhir

2.5. Langkah-Langkah Penetapan Media

Langkah-langkah dalam merancang pengembangan media promosi kesehatan adalah sebagai berikut :

1. Menetapkan tujuan: Tujuan harus realistis, jelas, dan dapat diukur (apa yang diukur, siapa sasaran yang akan diukur, seberapa banyak perubahan akan diukur, berapa lama dan dimana pengukuran dilakukan). Penetapan tujuan merupakan dasar untuk merancang media promosi dan merancang evaluasi. Menetapkan segmentasi sasaran

2. Segmentasi sasaran adalah suatu kegiatan memilih kelompok sasaran yang tepat dan dianggap sangat menentukan keberhasilan promosi kesehatan. Tujuannya antara lain memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya, memberikan kepuasan pada masing-masing segmen, menentukan ketersediaan jumlah dan jangkauan produk, serta menghitung jenis dan penempatan media.
3. Memposisikan pesan (positioning): Memposisikan pesan adalah proses atau upaya menempatkan suatu produk perusahaan, individu atau apa saja ke dalam alam pikiran sasaran atau konsumennya. Positioning membentuk citra.
4. Menentukan strategi positioning: Identifikasi para pesaing, termasuk persepsi konsumen, menentukan posisi pesaing, menganalisis preferensi khalayak sasaran, menentukan posisi merek produk sendiri, serta mengikuti perkembangan posisi.
5. Memilih media promosi: Pemilihan media didasarkan pada selera khalayak sasaran. Media yang dipilih harus memberikan dampak yang luas. Setiap media akan memberikan peranan yang berbeda. Penggunaan beberapa media secara serempak dan terpadu akan meningkatkan cakupan, frekuensi, dan efektivitas pesan.
 - a) Media cetak: Media cetak yaitu suatu media statis dan mengutamakan pesan-pesan visual. Pada umumnya terdiri atas gambaran sejumlah kata, gambar, atau foto dalam tata warna. Contohnya poster, leaflet, brosur, majalah, surat kabar, lembar balik, stiker, dan pamflet. Fungsi utamanya adalah memberi informasi dan menghibur. Kelebihan yang dimiliki media cetak antara lain tahan lama, mencakup banyak orang, biaya tidak terlalu tinggi, tidak perlu energi listrik, dapat dibawa, mempermudah pemahaman, dan meningkatkan gairah belajar. Kelemahannya tidak dapat menstimulasi efek suara dan efek gerak serta mudah terlipat.
 - b) Media elektronik: yaitu suatu media bergerak, dinamis, dapat dilihat, didengar, dan dalam menyampaikan pesannya melalui alat bantu elektronika. Contohnya televisi, radio, film, kaset, CD, VCD, DVD, slide show, CD interaktif, dan lain-lain. Kelebihan media elektronik antara lain sudah dikenal masyarakat, melibatkan semua pancaindra, lebih mudah dipahami, lebih menarik karena ada suara dan gambar, adanya tatap muka,

penyajian dapat dikendalikan, jangkauan relatif lebih besar/luas, serta dapat diulang-ulang jika digunakan sebagai alat diskusi. Kelemahannya yaitu biaya lebih tinggi, sedikit rumit, memerlukan energi listrik, diperlukan alat canggih dalam proses produksi, perlu persiapan matang, peralatan yang selalu berkembang dan berubah, perlu keterampilan penyimpanan, dan perlu keterampilan dalam pengoprasian.

- c) Media luar ruang: Media luar ruang yaitu suatu media yang penyampaian pesannya di luar ruang secara umum melalui media cetak dan elektronik secara statis. Contohnya papan reklame, spanduk, pameran, banner, TV layar lebar, dan lain-lain. Kelebihan media luar ruang diantaranya sebagai informasi umum dan hiburan, melibatkan semua pancaindra, lebih menarik karena ada suara dan gambar, adanya tatap muka, penyajian dapat dikendalikan, jangkauan relatif lebih luas. Kelemahannya yaitu biaya lebih tinggi, sedikit rumit, ada yang memerlukan listrik atau alat canggih, perlu persiapan yang matang, peralatan yang selalu berkembang dan berubah, perlu keterampilan penyimpanan.

2.6. Jenis/ Macam Media

Jenis media berupa alat-alat peraga dapat dibagi dalam empat kelompok besar:

1. Benda asli: Benda asli adalah benda yang sesungguhnya, baik hidup maupun mati. Jenis ini merupakan alat peraga yang paling baik karena mudah dan cepat dikenal serta mempunyai bentuk atau ukuran yang tepat. Kelemahan alat peraga ini tidak selalu mudah dibawa kemana-mana sebagai alat bantu mengajar. Termasuk dalam alat peraga, antara lain benda sesungguhnya (tinja dikebun, lalat di atas tinja, dan lain-lain), spesimen (benda yang telah diawetkan seperti cacing dalam botol pengawet, dan lain-lain), sampel (contoh benda sesungguhnya untuk diperdagangkan seperti oralit, dan lain-lain).
2. Benda tiruan: Benda tiruan memiliki ukuran yang berbeda dengan benda sesungguhnya. Benda tiruan bisa digunakan sebagai media atau alat peraga dalam promosi kesehatan karena benda asli mungkin digunakan (misal,

ukuran benda asli yang terlalu besar, terlalu berat, dan lain-lain). Benda tiruan dapat dibuat dari bermacam-macam bahan seperti tanah, kayu, semen, plastik, dan lain-lain.

3. Gambar atau media grafis: Grafis secara umum diartikan sebagai gambar. Media grafis adalah penyajian visual (menekankan persepsi indra penglihatan) dengan penyajian dua dimensi. Media grafis tidak termasuk media elektronik. Termasuk dalam media grafis antara lain, poster, leaflet, reklame, billboard, spanduk, gambar karikatur, lukisan, dan lain-lain.

2.7. Pesan Dalam Media

Pesan adalah terjemahan dari tujuan komunikasi ke dalam ungkapan atau kata yang sesuai untuk sasaran. Pesan dalam suatu media harus efektif dan kreatif. Oleh karena itu, pesan harus memenuhi hal-hal sebagai berikut :

1. Memfokuskan perhatian pada pesan (*command attention*): ide atau pesan pokok yang merefleksikan strategi desain suatu pesan dikembangkan. Bila terlalu banyak ide, hal tersebut akan membingungkan sasaran dan mereka akan mudah melupakan pesan tersebut.
2. Mengklarifikasi pesan (*clarify the message*): pesan haruslah mudah, sederhana dan jelas. Pesan yang efektif harus memberikan informasi yang relevan dan baru bagi sasaran. Kalau pesan dalam media diremehkan oleh sasaran, secara otomatis pesan tersebut gagal.
3. Menciptakan kepercayaan (*Create trust*): pesan harus dapat dipercaya, tidak bohong, dan terjangkau. Misalnya, masyarakat percaya cuci tangan pakai sabun dapat mencegah penyakit diare dan untuk itu harus dibarengi bahwa harga sabun terjangkau atau mudah didapat di dekat tempat tinggalnya.
4. Mengkomunikasikan keuntungan (*communicate a benefit*): Hasil pesan diharapkan akan memberikan keuntungan.
5. Memastikan konsistensi (*consistency*): pesan harus konsisten, artinya bahwa makna pesan akan tetap sama walaupun disampaikan melalui media yang berbeda secara berulang; misal di poster, stiker, dan lain-lain.
6. *Cater to heart and head*: pesan dalam suatu media harus bisa menyentuh akal dan rasa. Komunikasi yang efektif tidak hanya sekadar memberi alasan

teknis semata, tetapi juga harus menyentuh nilai-nilai emosi dan membangkitkan kebutuhan nyata.

7. *Call to action*: pesan dalam suatu media harus dapat mendorong sasaran untuk bertindak sesuatu bisa dalam bentuk motivasi ke arah suatu tujuan.
8. *Imbauan Dalam Pesan*: dalam media promosi, pesan dimaksudkan untuk memengaruhi orang lain atau menghimbau sasaran agar mereka menerima dan melaksanakan gagasan kita.
9. *Imbauan rasional*: hal ini didasarkan pada anggapan bahwa manusia pada dasarnya makhluk rasional.
10. *Imbauan emosional*: kebanyakan perilaku manusia, terutama kaum ibu, lebih berdasar pada emosi daripada hasil pemikiran rasional. Beberapa hal menunjukkan bahwa pesan dengan menggunakan imbauan emosional lebih berhasil dibanding dengan imbauan dengan bahasa rasional.
11. *Imbauan ketakutan*: hati-hati menggunakan imbauan dengan pesan yang menimbulkan ketakutan. Pesan ini akan efektif bila digunakan pada orang yang memiliki tingkat kecemasan tinggi. Namun, sebagian orang yang mempunyai kepribadian kuat justru tidak takut dengan imbauan semacam ini.
12. *Imbauan ganjaran*: pesan dengan imbauan ganjaran dimaksudkan menjanjikan sesuatu yang diperlukan dan diinginkan oleh si penerima pesan. Teknik semacam ini cukup masuk akal karena pada kenyataannya orang akan lebih banyak mengubah perilakunya bila akan memperoleh imbalan (terutama materi) yang cukup.
13. *Imbauan motivasional*: pesan ini dengan menggunakan bahasa imbauan motivasi yang menyentuh sisi internal penerima pesan. Manusia dapat digerakan lewat dorongan kebutuhan biologis seperti lapar, haus, keselamatan, tetapi juga lewat dorongan psikologis seperti kasih sayang, keagamaan, prestasi, dan lain-lain.

2.8. Media Grafis

Media grafis adalah penyajian visual dua dimensi yang dibuat berdasarkan unsur dan prinsip rancangan gambar dan sangat bermanfaat. Media grafis sangat efektif sebagai media penyampaian pesan.

1. Poster

Poster adalah sehelai kertas atau papan yang berisikan gambar-gambar dengan sedikit kata-kata. Poster merupakan pesan singkat dalam bentuk gambar dengan tujuan memengaruhi seseorang agar tertarik atau bertindak pada sesuatu. Makna kata-kata dalam poster harus jelas dan tepat serta dapat dengan mudah dibaca pada jarak kurang lebih enam meter. Poster biasanya ditempelkan pada suatu tempat yang mudah dilihat dan banyak dilalui orang misalnya di dinding balai desa, pinggir jalan, papan pengumuman, dan lain-lain. Gambar dalam poster dapat berupa lukisan, ilustrasi, kartun, gambar atau foto.

Poster terutama dibuat untuk memengaruhi orang banyak dan memberikan pesan singkat. Oleh karena itu, cara pembuatannya harus menarik, sederhana, dan hanya berisikan satu ide atau satu kenyataan saja. Poster yang baik adalah poster yang mempunyai daya tinggal lama dalam ingatan orang yang melihatnya serta dapat mendorong untuk bertindak. Poster tidak dapat memberi pelajaran dengan sendirinya karena keterbatasan kata-kata. Poster lebih cocok digunakan sebagai tindak lanjut dari suatu pesan yang sudah disampaikan beberapa waktu yang lalu. Dengan demikian poster bertujuan untuk mengingatkan kembali dan mengarahkan pembaca ke arah tindakan tertentu sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikator.

Berdasarkan isi pesan, poster dapat disebut sebagai thematic poster, tactical poster, dan practical poster. Thematic poster yaitu poster yang menerangkan apa dan mengapa, tactical poster menjawab kapan dan dimana; sedangkan practical poster menerangkan siapa, untuk siapa, apa, mengapa, dan dimana.

Syarat-syarat yang perlu diperhatikan dalam pembuatan poster :

- a) Dibuat dalam tata letak yang menarik, misal besarnya huruf, gambar, dan warna yang mencolok.
- b) Dapat dibaca (*eye cather*) orang yang lewat.

- c) Kata-kata tidak lebih dari tujuh kata.
- d) Menggunakan kata yang provokatif, sehingga menarik perhatian.
- e) Dapat dibaca dari jarak enam meter.
- f) Harus dapat menggugah emosi, misal dengan menggunakan faktor ini, bangga, dan lain-lain.
- g) Ukuran yang besar: 50 x 70 cm, kecil : 35 x 50 cm.

Dimana tempat pemasangan poster :

- a) Poster biasanya dipasang ditempat-tempat umum dimana orang sering berkumpul, seperti halte bus, dekat pasar, dekat toko/warung.
- b) Persimpangan jalan desa, kantor kelurahan, balai desa, posyandu, dan lain-lain.

Kegunaan poster :

- a) Memberikan peringatan,
- b) Membrikan informasi.
- c) Memberikan anjuran
- d) Mengingatkan kembali.
- e) Memberikan informasi

Keuntungan poster :

- a) Mudah dibuat.
- b) Singkat waktu dalam pembuatannya.
- c) Murah.
- d) Dapat menjangkau orang banyak.
- e) Mudah menggugah orang banyak untuk berpartisipasi.
- f) Bisa dibawa kemana-mana.
- g) Banyak variasi.

Cara pembuatan poster :

- a) Pilih subjek yang akan dijadikan topik
- b) Pilih satu pesan kesehatan yang terkait
- c) Gambarkan pesan tersebut dalam gambar.
- d) Pesan dibuat menyolok, singkat, cukup besar, dan dapat dilihat pada jarak enam meter
- e) Buat dalam warna yang kontras sehingga jelas terbaca

- f) Hindarkan tambahan-tambahan yang tidak perlu ditulis.
- g) Gambar dapat sederhana.
- h) Perhatikan jarak huruf, bentuk dan ukuran.
- i) Tes/uji poster pada teman, apakah poster sudah bisa mencapai maksudnya atau tidak.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam mendesain poster. Poster secara umum terdiri atas beberapa bagian, yaitu :

- a) Judul (*head line*)
- b) Subjudul (*sub head line*)
- c) *Body copy/copy writing*, dan
- d) Logo dan identitas.

Judul harus dapat dibaca jelas dari jarak enam meter, mudah dimengerti, mudah diingat. Subjudul harus menjelaskan, melengkapi, dan menerangkan judul secara singkat. Poster juga memerlukan adanya ilustrasi. Ilustrasi ini harus atraktif berhubungan erat dengan judul dan terpadu dengan penampilan secara keseluruhan. Warna merupakan salah satu unsur grafis. Pengertian warna bisa meliputi warna simbolik atau rasa kejiwaan. Warna dapat dibagi menjadi tiga kelompok menurut jenisnya, yaitu warna primer (merah, kuning, biru), warna sekunder (hijau, kuning, lembayung), dan warna tersier (cokelat kemerahan, cokelat kekuningan, cokelat kebiruan). Warna sebagai simbol mempunyai arti tersendiri. Misalnya, merah berarti berani, putih berarti suci, kuning berarti kebesaran, hitam berarti abadi, hijau berarti harapan, dan merah muda berarti cemburu. Mengenal rasa warna dapat diartikan sebagai berikut merah adalah warna panas, biru adalah warna dingin, dan hijau adalah warna sejuk.

2. *Leaflet*

Leaflet adalah selebaran kertas yang berisi tulisan dengan kalimat-kalimat singkat, padat, mudah dimengerti, dan gambar-gambar yang sederhana. *Leaflet* atau sering juga disebut pamflet merupakan selebaran kertas yang berisi tulisan cetak tentang suatu masalah khusus untuk sasaran dan tujuan tertentu. Ukuran *leaflet* biasanya 20 x 30 cm yang berisi tulisan 200 – 400 kata. Ada beberapa *leaflet* yang disajikan secara berlipat.

Leaflet digunakan untuk memberikan keterangan singkat tentang suatu masalah, misalnya deskripsi pengolahan air ditingkat rumah tangga, deskripsi tentang diare serta pencegahannya, dan lain-lain. Isi harus bisa ditangkap dengan sekali baca. *Leaflet* dapat diberikan atau disebar pada saat pertemuan-pertemuan dilakukan seperti pertemuan *Focus Group Discussion* (FGD), pertemuan kegiatan organisasi alumni, kunjungan rumah, dan lain-lain.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam membuat *leaflet* :

- a) Tentukan kelompok sasaran yang ingin dicapai.
- b) Tuliskan apa tujuannya.
- c) Tentukan isi singkat hal-hal yang mau ditulis dalam *leaflet*.
- d) Kumpulan tentang subje yang akan disampaikan.
- e) Buat garis-garis besar cara penyajian pesan, termasuk didalamnya bagaimana bentuk tulisan gambar serta tata letaknya.
- f) Buat konsepnya. Konsep dites terlebih dahulu pada kelompok sasaran yang hampir sama dengan kelompok sasaran, perbaiki konsep, dan buat ilustrasi yang sesuai dengan isi.

Kegunaan *leaflet* :

- a) Mengingat kembali tentang hal-hal yang telah diajarkan atau dikomunikasikan.
- b) Diberikan sewaktu kampanye untuk memperkuat ide yang telah disampaikan.
- c) Untuk memperkenalkan ide-ide baru kepada orang banyak.

Keuntungan *leaflet* :

- a) Dapat disimpan lama
- b) Sebagai referensi
- c) Jangkauan dapat jauh
- d) Membantu media lain
- e) Isi dapat dicetak kembali dan dapat sebagai bahan diskusi

3. Papan Pengumuman

Papan pengumuman biasanya dibuat dari papan dengan ukuran 90 x 120 cm, biasa dipasang di dinding atau ditempat tertentu seperti balai desa, posyandu, masjid, puskesmas, sekolah, dan lain-lain. Pada papan tersebut gambar-gambar atau tulisan-tulisan dari suatu topik tertentu.

Bahan yang diperlukan :

- a) Tripleks ukuran 90 x 120 cm
- b) Kertas berwarna
- c) Gunting
- d) Paku payung
- e) Huruf-huruf atau tulisan
- f) Koleksi gambar-gambar dalam segala ukuran

Cara membuat papan pengumuman :

- a) Ambil kayu tripleks (plywood).
- b) Warnai bila diperlukan.
- c) Beri bingkai pada sekeliling papan.
- d) Paku di dinding gedung atau di tempat yang memungkinkan.
- e) Letakkan pada tempat atau lokasi yang mudah dilihat.
- f) Tuliskan judul yang menarik.

Cara menggunakan papan pengumuman :

1. Tentukan jangka waktu pemasangan sehingga tidak membosankan, misal 1-2 minggu.
2. Gunakan pada peristiwa-peristiwa tertentu saja, misal pada waktu pertemuan besar atau hari libur.
3. Cari sumber untuk melengkapi tampilan, misal dari perpustakaan, kantor humas, dan lain-lain.

Keuntungan papan pengumuman :

1. Dapat dikerjakan dengan mudah.
2. Merangsang perhatian orang.
3. Menghemat waktu dan membiarkan pembaca untuk belajar masalah yang ada.
4. Merangsang partisipasi.

5. Sebagai review atau pengingat terhadap bahan yang pernah diajarkan.
- d. Gambar Optik: Gambar optik mencakup foto, slide, film, dan lain-lain.

- 1) Foto

Foto sebagai bahan untuk alat peraga digunakan dalam bentuk album ataupun dokumentasi lepasan. Album merupakan foto-foto yang isinya berurutan, menggambarkan suatu cerita, kegiatan, dan lain-lain. Album ini bisa dibawa dan ditunjukkan kepada masyarakat sesuai dengan topik yang sedang didiskusikan. Misalnya album foto yang berisi kegiatan-kegiatan suatu desa untuk mengubah kebiasaan buang air besarnya menjadi di jamban. Dokumentasi lepasan yaitu foto-foto yang berdiri sendiri dan tidak disimpan dalam bentuk album. Menggambarkan satu pokok persoalan atau titik perhatian. Foto ini digunakan biasanya untuk bahan brosur, leaflet, dan lain-lain.

- 2) Slide

Slide pada umumnya digunakan untuk sasaran kelompok. Penggunaan slide cukup efektif karena gambar atau setiap materi dapat dilihat berkali-kali dan dibahas lebih mendalam. Slide sangat menarik, terutama bagi kelompok anak sekolah dibanding dengan gambar, leaflet, dan lain-lain.

- 3) Film

Film merupakan media yang bersifat menghibur, disamping dapat menyisipkan pesan-pesan yang bersifat edukatif. Sasaran media ini adalah kelompok besar dan kolosal.



BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Metode Pelaksanaan

Kegiatan sosialisasi dan promosi program studi S-1 Teknik Sipil UNIMED dilakukan dengan cara: mengunjungi dan mempresentasikan materi sosialisasi dan promosi program studi teknik sipil UNIMED di beberapa sekolah di Kota Medan dan Kabupaten Kota sekitarnya Propinsi Sumatera Utara, serta menyebarkan informasi melalui brosur ke beberapa sekolah umum dan kejuruan yang berada di sekitar Sumut.

Selain itu, kegiatan sosialisasi dan promosi ini dilakukan dengan promosi melalui media sosial (medsos), seperti: Facebook, Twitter, dan Whatsapp.

Kegiatan promosi dan sosialisasi ini direncanakan dengan tahap:

1. Pembentukan panitia kegiatan, dimana panitia ini akan bertanggung jawab dalam merencanakan, melaksanakan dan monitoring kegiatan. Direncanakan dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Februari 2017.
2. Pembuatan materi promosi dan sosialisasi dalam bentuk: materi presentasi, brosur, pembukaan akun prodi teknik sipil di media sosial. Direncanakan dilakukan pada bulan Januari sampai dengan Februari 2017.
3. Kunjungan ke beberapa sekolah umum dan kejuruan, serta melakukan beberapa presentasi promosi di kelas 12. Penyebaran brosur dan menaikkan informasi promosi dalam jaringan medsos. Direncanakan dilakukan pada bulan Maret sampai dengan Mei 2017

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Kegiatan ini akan dilaksanakan di beberapa sekolah umum negeri maupun swasta dan di sekolah kejuruan yang ada di Kota Medan dan kabupaten Kota di sekitar Propinsi Sumatera Utara (Tapanuli, Tanah Karo, Deli Serdang, dan kota Medan). Adapun waktunya direncanakan pada bulan Februari sampai dengan April 2017.

3.3. Kurun Waktu Pencapaian Keluaran

Pencapaian keluaran kegiatan ini mencakup jumlah siswa kelas 12 sekolah umum dan kejuruan yg akan mendaftar pada seleksi nasional ujian SBMPTN/SLMPTN tahun 2017.

No.	KELUARAN	TAHUN 2017											
		Februari				Maret				April			
1	Persiapan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Pembuatan Brosur, media cetak dan media sosial	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Promosi ke Kota Medan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	Promosi di Kabupaten Kota Propinsi Sumatera Utara	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Pelaporan	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

UNIVERSITAS NEGERI
UNIMED
THE
Character Building
UNIVERSITY

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

Pendidikan tinggi pada hakikatnya adalah suatu kegiatan sarana belajar dan mengajar yang dilakukan oleh suatu institudi terhadap mahasiswa, baik tang terstruktur maupun yang tidak. Dengan harapan bahwa dengan adanya proses pembelajaran tersebut, maka mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan tentang kesehatan yang lebih baik. Pengetahuan tersebut pada akhirnya diharapkan dapat berpengaruh terhadap perilaku dan pengetahuan. Sebagai salah satu program studi yang baru terbentuk, Program Studi S1 Teknik Sipil UNIMED perlu melakukan sosialisasi dan promosi agar lebih dikenal di masyarakat luas terutama calon mahasiswa.

Promosi merupakan bagian penting yang harus dikerjakan dari keseluruhan strategi marketing program studi. Dengan promosi profil program studi dikenalkan ke sasaran marketing. Dengan promosi keberadaan sprogram studi diperkenalkan ke masyarakat, tujuan jelas, untuk mendapatkan mahasiswa baru sesuai target. Untuk melakukan promosi yang baik dengan target hasil yang memuaskan memang perlu banyak hal yang harus dilakukan, strategi, model, trik, SDM yang mumpuni, kekompakan tim, cara-cara diluar kebiasaan lainnya serta tentu harus didukung dengan sumber daya lainnya yang cukup.

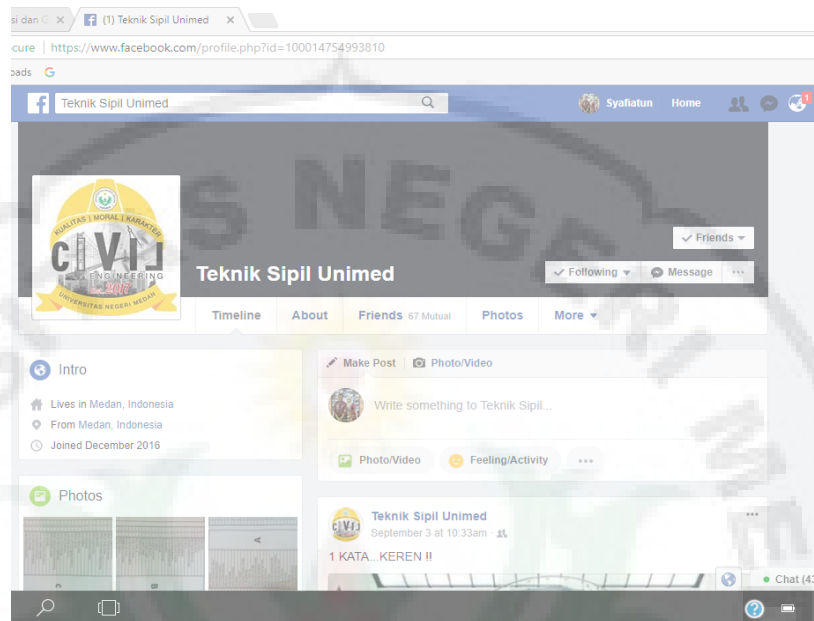
Kegiatan Sosialisasi dan promosi yang dilakukan sebelum penerimaan mahasiswa baru. Kegiatan dilakukan dengan berbagai metode sosialisasi dan promosi, antara lain dengan menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah, melalui media massa, melalui media social maupun secara oral melalui alumni jurusan Pendidikan Teknik Bangunan. Kata media berasal dari bahasa latin “medius” yang berarti tengah, perantara, atau pengantar. Secara harfiah dalam bahasa Arab, media berarti perantara atau pengantar pesan dari pengirim ke penerima pesan. Media promosi yang dilakukan adalah semua sarana atau upaya menampilkan pesan atau informasi yang ingin disampaikan oleh komunikator, baik melalui media cetak, elektronika, dan media luar ruang, sehingga pengetahuan sasaran dapat meningkat dan akhirnya dapat mengubah perilaku ke arah positif terhadap kesehatan (Soekidjo, 2005).

1. Promosi Melalui Media Sosial

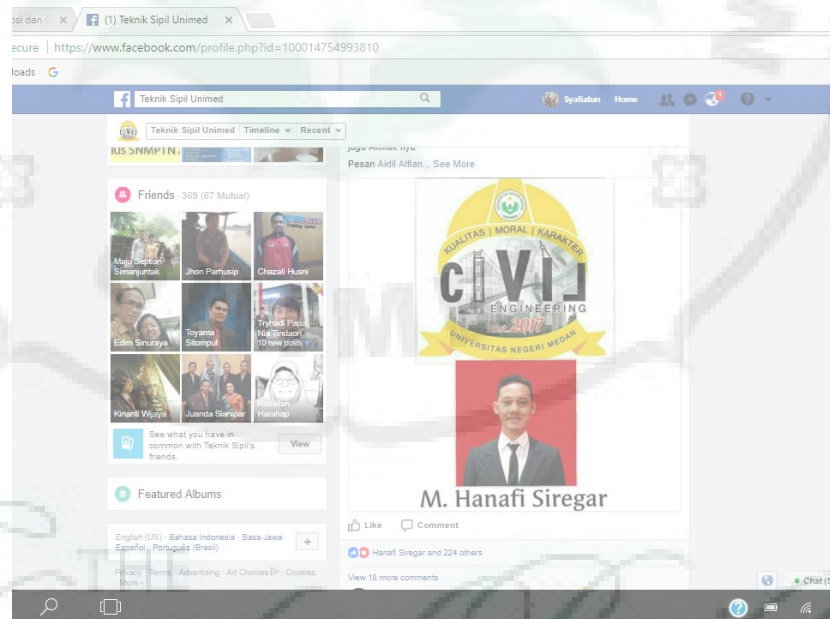
Promosi yang dilakukan oleh program studi S1 Teknik Sipil adalah dengan melakukan promosi melalui media. Promosi di media adalah cara yang paling klasik, sudah ada dan sudah dipakai sejak zaman dulu. Promosi di media sampai saat ini masih cukup unggul karena jangkauannya bisa sampai ke pelosok. Sebab sistem distribusi media massa memang sudah terbangun sekian waktu. Selain itu, media massa juga yang paling mudah diakses oleh semua kalangan. Misalnya orang tua calon mahasiswa bisa mengetahui informasi perguruan tinggi dari koran; calon mahasiswa bisa mengetahui info pendaftaran dari iklan televisi yang tidak sengaja ditonton; maupun kerabat bisa tahu info yang sama dari iklan radio yang didengar saat tengah terjebak macet.

Media lain yang digunakan dalam kegiatan ini adalah berupa pembuatan brosur dan menyebarkannya di berbagai sekolah di seputaran Kota Medan. Penyebaran brosur juga dilakukan dengan menggunakan jasa para alumni. Brosur diberikan kepada alumni Jurusan Pendidikan Teknik Bangunan untuk dibagikan ke daerah-daerah asal para alumni ataupun tempat alumni berkerja. Sehingga para calon mahasiswa baru mendapatkan informasi tentang keberadaan program studi ini, mengingat program studi ini adalah program studi baru yang ada di Jurusan Pendidikan Teknik Bangunan UNIMED. Selain melalui media massa, dan brosur, promosi ini juga dilakukan melalui media sosial yang sedang tren saat ini seperti Facebook dengan laman yang dapat di akses <https://www.facebook.com/profile.php?id=100014754993810>.

Mahasiswa yang aktif dan alumni diajak bergabung dalam grup Teknik Sipil UNIMED dimana admin grupnya adalah ketua Program Studi S1 Teknik Sipil UNIMED serta beberapa dosen lainnya. Melalui media ini, program studi lebih cepat dikenal dan diketahui masyarakat terutama calon mahasiswa baru. Hasilnya bahwa terdapat beberapa mahasiswa yang mengetahui program studi ini melalui media sosial yang dimaksud. Gambar berikut adalah media sosial Facebook yang ada.



Gambar 4.1. Media Sosial Facebook Teknik Sipil UNIMED



Gambar 4.2. Facebook sebagai media komunikasi mahasiswa

Selain sebagai media sosialisasi dan promosi, laman facebook juga merupakan media komunikasi seluruh mahasiswa Program Studi S1 Teknik Sipil. Kegiatan yang berhubungan dengan aktifitas pembelajaran maupun pengumuman lainnya dapat di lihat di laman ini. Dengan demikian mahasiswa diharapkan dapat interaksi dengan sesama mahasiswa maupun

dengan ketua program studi tanpa harus berkomunikasi langsung (bertatap muka).

2. Penyebaran Brosur

Sarana sosialisasi dan promosi yang dilakukan Program Studi Teknik Sipil S1 FT UNIMED adalah melalui penyebaran brosur. Penyebaran brosur dilakukan sebelum ujian/seleksi masuk di perguruan tinggi, baik di jalur SNMPTN, SBMPTN dan Mandiri. Brosur disebarakan melalui kunjungan ke persekolahan yang ada di Sumatera Utara yaitu ke Kabupaten Lubuk Pakam, Binjai, Tobasa dan lain-lain. Selain itu brosur juga disebarakan melalui alumni yang datang berkunjung ke jurusan. Ketua program studi menitipkan beberapa lembar brosur agar disebarakan alumni kepada anggota keluarganya, anggota masyarakat di daerahnya maupun menginformasikan melalui media lainnya. Selain itu brosur juga dikirimkan ke beberapa sekolah yang ada di Sumatera Utara.

Penyebaran brosur juga dilakukan dengan akses komunikasi yang ada sekarang ini. Kemudahan akses komunikasi yang ada saat ini membuat penyebaran brosur sangat cepat dan mudah dilakukan. Ketua program studi melakukan komunikasi dengan para alumni Pendidikan Teknik Bangunan Fakultas Teknik UNIMED yaitu dengan mengirimkan brosur melalui media sosial Whatsapp dan Facebook. Selanjutnya para alumni ikut berpartisipasi menyebarkan brosur melalui media tersebut ke berbagai kalangan. Bentuk dan gambar dari brosur yang disebarakan dapat dilihat pada gambar berikut:



Visi & Misi Fakultas Teknik

UNIMED
UNIVERSITAS NEGERI MEDAN

Visi :

Menjadi Fakultas Yang Unggul dalam pendidikan kejuruan (vocational-technical education) dan teknik (engineering) yang memenuhi standar mutu nasional

Misi :

- Menyelenggarakan pendidikan, penelitian & pengabdian kepada masyarakat yang unggul dalam bidang kejuruan dan keteknikan.
- Mengembangkan nilai-nilai karakter: jujur, dapat dipercaya (trustworthiness), tanggungjawab (responsibility), kepedulian (caring), kemandirian, kreatif dan inovatif.
- Menumbuhkan budaya ilmiah di kalangan warga fakultas teknik.
- Mengembangkan fakultas teknik menjadi teaching and research institution yang unggul dalam bidang kejuruan dan keteknikan.
- Membina suasana akademik & iklim organisasi yang sehat.
- Menjadikan unit produksi sebagai pusat pengembangan budaya kewirausahaan.

Keunggulan dan Karakteristik Program Studi

- Universitas Negeri Medan merupakan LPTK yang telah mendapat wewenang untuk membuka program studi pendidikan dan non pendidikan, termasuk dalam 8 besar LPTK terbaik yang ada di Indonesia
- Tersedianya sumber belajar yang memadai seperti digital library sebagai perpustakaan pusat yang dapat diakses oleh semua mahasiswa & teknologi informasi
- Tersedianya laboratorium sebagai sarana penunjang sehingga menjadi modal dasar dalam pengembangan ilmu sesuai dengan kompetensi program studi
- Terjalinya kerjasama dengan beberapa vendor yang menyediakan fund ilmiah elektronik terbaik yang dapat diakses oleh dosen dan mahasiswa sebagai sumber referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan
- Terjalinya kerjasama dengan perusahaan-perusahaan instansi serta institusi yang teruang dalam field kejuruan
- Memiliki dosen berlatar belakang S2 & S3 di bidang ilmunya



FAKULTAS TEKNIK

Jl. Willem Iskandar, Pasar V Medan Estate
Kotak Pos 1589 Medan 20221
Sumatera Utara
Telp. 061-6613365, Fax. 061-614002

Program Studi **TEKNIK SIPIL (STRATA 1)**

Visi

Menjadi Program Studi yang unggul dalam bidang Teknik Sipil dan memiliki jiwa kewirausahaan dengan standar mutu nasional.

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan Teknik Sipil yang berkualitas untuk menghasilkan lulusan yang mampu berkiprah dalam kompetisi nasional.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang Teknik Sipil dengan konsep berkualitas nasional yang dapat berperan meningkatkan daya saing bangsa.
3. Menjadi pusat konsultasi masyarakat dalam memecahkan persoalan bidang Teknik Sipil.
4. Menyelenggarakan kegiatan dengari selalu berupaya menumbuhkan jiwa kewirausahaan serta menjaga moral dan etika akademis.

Profil Sarjana dan Karakteristik lulusan

- Perencana**
- Mampu mengolah & menganalisis data pendukung dalam perencanaan konstruksi sipil
 - Mampu menyusun Detail Engineering Design (DED)
- Pengawas**
- Mampu membaca & mengaplikasikan gambar hasil perencanaan konstruksi di lapangan
 - Memiliki kemampuan berkeadilan dan berkeaja
 - Mampu berkomunikasi & berkolaborasi
- Peneliti**
- Mampu memunculkan ide-ide baru, menganalisis serta menguji hasil ide-ide yang muncul
- Qualified tester**
- Mampu mengatasi kebutuhan survey/pengujian yang dibutuhkan dalam konstruksi
 - Mampu menganalisis hasil pengujian & pelaporan
- Pengelola Proyek**
- Mampu berwirausaha
 - Mampu membangun teamwork
 - Mampu bekerjasama dengan berbagai pihak
 - Mampu memahami proses pengendalian proyek

PROSPEK KARIER

Bidang Pembangunan Infrastruktur

- Konsultan atau sebagai kontraktor yang bertanggung jawab melaksanakan pembangunan.
- Pegawai dalam bidang pengajaran dan penelitian di instansi pemerintahan.

Bidang Industri Energi, Pertambangan dan Pertambangan

- Pemeliharaan berbagai bangunan & fasilitas pada perusahaan di lingkungan industri migas, pertambangan, perikanan

Bidang Pendidikan

- Pengajar/peneliti di perguruan tinggi/lembaga pendidikan atau di pusat-pusat penelitian

Program Studi **PENDIDIKAN TEKNOLOGI INFORMATIKA KOMPUTER (STRATA 1)**

VISI

Menjadi Program studi yang unggul di Indonesia dalam bidang Pendidikan Teknologi Informasi dan Komputer Tahun 2025



Profil lulusan :

- 1. Tenaga Pendidik Bidang Teknologi Informasi Dan Komputer
- 2. Pengajar dan Praktisi Pendidikan Teknologi Informatika dan Komputer
- 3. Programmer Komputer
- 4. Konsultan Jaringan Komputer
- 5. Konsultan Multimedia
- 6. Analisis Data Berbasis ICT
- 7. Publisher Multimedia
- 8. Entrepreneur

PROSPEK KARIER

1. Guru SMA/TKJ, SMK - Multimedia, SMK - RPL, SMA
2. Instansi dalam bidang komputer khususnya networking, software engineering & animasi
3. Programmer web dan multimedia learning
4. Wirausahawan dalam bidang komputer jaringan, sistem informasi dan multimedia animasi

Program Studi **GIZI (STRATA 1)**

Visi :

Menjadikan Program Studi Gizi yang unggul pada tahun 2030 dibidang pengembangan pendidikan, penelitian & pengabdian pada masyarakat

Misi :

1. Menyelenggarakan sistem pendidikan & akademik yang profesional & berkualitas menghasilkan sarjana gizi yang mampu berkarya dibidang gizi.
2. Menghasilkan sarjana gizi yang mampu mengaplikasikan & mengembangkan keilmuan serta kewirausahaan
3. Melaksanakan penelitian & pengabdian pada masyarakat berdasarkan kebutuhan masyarakat lokal maupun nasional dibidang gizi
4. Membentuk kepribadian yang berakhlak dengan kemampuan memecahkan masalah gizi & meningkatkan derajat kesehatan individu serta masyarakat Indonesia
5. Berperan aktif dalam berbagai kegiatan ilmiah tingkat nasional & internasional dengan cara menjalin kerjasama dengan perguruan tinggi lain, lembaga pemerintah, swasta dan industri untuk mengembangkan tridharma Perguruan Tinggi.
6. Menyelenggarakan tata kelola yang baik untuk penguatan ilmu akademik yang kondusif serta peningkatan kualitas dan layanan akademik

Profil Sarjana dan Karakteristik lulusan

Manajerial dan Praktisi Gizi

Manajerial & praktisi gizi yang memiliki dasar pengetahuan, sikap, etika, keterampilan dan tanggung jawab

Pelaku Industri Jasa, Bisnis dan Entrepreneur

Mampu bekerja di bidang pelayanan makanan (jasa makanan) industri pangan dan wirausaha.

Mampu mengelola program gizi di bidang institusi, klinis dan kesehatan masyarakat mulai dari perencanaan sama evaluasi evaluasi dengan di fondasi pengetahuan teoritis & konseptual yang memadai

Konsultan Gizi

Mengidentifikasi, merumuskan & menyusun solusi masalah gizi dalam upaya pengembangan gizi & berkomunikasi sebagai ahli & berperan baik dalam pelayanan gizi di lingkup kerjanya maupun di luar bidang kerjanya.

Peneliti

Mampu melakukan penelitian sesuai kaidah keilmuan dan mengkomunikasikan hasilnya dan memiliki kepekaan terhadap masalah gizi

4.2. Pembahasan

Sosialisasi dan promosi yang dilakukan selama kurang lebih 3 bulan dimulai dari awal tahun 2017 telah berjalan dengan baik. Secara spesifik hasil sosialisasi dan promosi ini dapat dilihat dari jumlah peminat yang mendaftar di SNMPTN, SBMPTN maupun jalur mandiri. Walaupun program studi ini merupakan program studi yang baru terbentuk dan baru dapat menerima mahasiswa tahun ajaran ganjil 2017/2018, tetapi antusiasme mahasiswa baru cukup tinggi. Program studi Teknik Sipil pada dasarnya hampir semua ada di universitas swasta maupun negeri di Sumatera Utara. Yang menjadikan Program studi Teknik Sipil ini diminati karena berada di bawah UNIMED yang merupakan salah satu Universitas Negeri dari 4 Universitas negeri yang ada di Sumatera Utara (USU, UINSU dan Politeknik Negeri Medan).

Tabel 1. Hasil jalur seleksi Prodi Teknik Sipil S1 PTB FT UNIMED

No	Jalur seleksi	Jumlah (orang)		
		Peminat	Diterima	Mendaftar ulang
1	SNMPTN	406	27	24
2	SBMPTN	1.317	39	34
3	Mandiri	708	41	28
Jumlah		1.431	108	86

Sumber: Humas UNIMED, 2017

Dari Tabel 1 diatas terlihat bahwa banyaknya peminat (calon mahasiswa) yang ingin masuk ke prodi Teknik Sipil. Kondisi diatas menunjukkan bahwa teknik sipil masih merupakan program studi yang favorit, mengingat bahwa prodi ini baru menerima mahasiswa pada semester ini. Peminat cukup tinggi pada jalur SBMPTN yaitu sebesar 1317 orang sedangkan yang diterima hanya 39 orang. Jalur mandiri adalah jalur seleksi yang dilakukan oleh UNIMED tanpa kerjasama dengan perguruan tinggi lain. Tabel diatas juga menunjukkan tingginya calon mahasiswa yang tidak mendaftar ulang terutama di jalur mandiri (22 orang). Hal ini kemungkinan dikarenakan adanya dana penyertaan yang disyaratkan oleh institusi yaitu sebesar Rp. 10 juta, apalagi dana tersebut tidak dapat dicicil. Atau kemungkinan lain adalah diterimanya calon mahasiswa

tersebut di institusi lain selain UNIMED mengingat banyaknya institusi yang melaksanakan seleksi pada waktu yang bersamaan.

Tabel 4.2. Tingkat persaingan masuk Teknik Sipil S1 PTB UNIMED

No	Jalur seleksi	Jumlah (orang)		
		Peminat	Diterima	Tingkat persaingan
1.	SNMPTN	406	24	1 : 20
2.	SBMPTN	1.317	34	1 : 39
3.	Mandiri	708	28	1 : 25
Jumlah/ Rata-rata		1.431	86	1 : 28

Sumber: Analisis Data, 2017

Tingkat persaingan antara jumlah peminat dan yang diterima pada Prodi Teknik Sipil S1 cukup tinggi (Tabel 4.2). Hal ini terlihat pada jalur SBMPTN, dimana tingkat persaingan adalah 1:39 yang artinya dari 39 peminta hanya satu orang yang dapat diterima. Demikian juga untuk jalur SBMPTN dan SNMPTN yang mempunyai tingkat persaingan yang tinggi. Secara keseluruhan menyatakan bahwa prodi Teknik Sipil S1 mampu bersaing dengan perguruan tinggi negeri lainnya di Kota Medan. Tingginya tingkat persaingan masuk UNIMED dapat disimpulkan bahwa mahasiswa S1 Teknik Sipil adalah mahasiswa yang melalui saringan yang cukup ketat. Diharapkan input yang tersaring akan meningkatkan kualitas mahasiswa dan pada akhirnya meningkatkan kualitas lulusan dan daya saing di pasar kerja Teknik Sipil.

Seperti yang disajikan pada Tabel 4.1 dan 4.2 yaitu dimana mahasiswa yang mendaftar ulang sebesar 86 orang. Mahasiswa yang berhasil lulus masuk Program studi S1 Teknik Sipil bukan berasal dari wilayah Kota Medan saja, tetapi sudah mencakup wilayah Pulau Sumatera. Hasil analisis yang dilakukan terhadap mahasiswa baru Teknik Sipil S1 didapat hasil daerah asal dari mahasiswa tersebut serta sumber informasi keberadaan dari prodi ini. Adapun rincian daerah asal mahasiswa dan sumber informasi keberadaan Teknik Sipil dapat dilihat pada Tabel 4.3. berikut.

Tabel 4.3. Daerah asal mahasiswa Teknik Sipil S1 PTB UNIMED

No	Daerah Asal	Jumlah	Persentase (%)
1.	Kota Medan	30	34,88
2.	Sumatera Utara	43	50,00
3.	Sumatera	9	10,47
4.	Luar Sumatera	4	4,65
Jumlah		86	100,00

Sumber: Analisis Data, 2017

Dari Tabel 4.3 dapat dilihat asal dari mahasiswa baru Teknik Sipil PTB UNIMED. Secara umum mahasiswa baru berasal dari Kota Medan yaitu 34,88 % yang berasal dari berbagai Sekolah Menengah Umum (SMA) dan SMK (Sekolah Menengah Kejuruan) baik Negeri dan Swasta dari Kota Medan. Mahasiswa yang berasal dari Sumatera Utara cukup bervariasi, yaitu dari Toba Samosir, Binjai, Dairi, Kisaran, Nias dan lain-lain. Sedangkan dari Pulau Sumatera yaitu berasal dari Aceh, Padang, Jambi, Palembang dan Riau. Dari luar Pulau Sumatera terdapat ada 4 orang (jawa), hal ini menunjukkan bahwa Teknik Sipil USU dapat bersaing secara regional. Dari hasil survey menyatakan bahwa umumnya dari SMA jurusan IPA yang artinya sesuai dengan bidang yang diambilnya. Sedangkan untuk SMK masih bervariasi, ada yang dari SMK Teknik Bangunan, Mesin, Otomotif, Komputer dan jaringan dan lain-lain.

Table 4.4. Sumber informasi keberadaan Teknik Sipil PTB UNIMED

No	Sumber informasi	Jumlah
1.	Sekolah	12
2.	Web	36
3.	Brosur	5
4.	Alumni	17
5.	Bimbingan Belajar	12
6.	Lainnya	4
Jumlah		86

Sumber: Analisis Data, 2017

Sumber informasi dari keberadaan Teknik Sipil S1 PTB UNIMED yang didata dari mahasiswa dapat dilihat pada Tabel 4.4. Dari sajian tabel tersebut terlihat bahwa jaringan internet (Web) berperan cukup besar (36 orang). Ini menyatakan bahwa peranan jaringan media komunikasi melalui web adalah sarana yang paling mudah diakses jika melakukan promosi. Hal ini senada dengan kemudahan alat komunikasi yang ada pada saat ini. Sumber internet sudah dapat menjangkau hampir diseluruh pelosok Sumatera Utara, sehingga prodi S1 Teknik Sipil dapat diketahui masyarakat keberadaannya.

Alumni juga berperan aktif sebagai mediator dalam promosi ini (17 orang). Alumni yang dimaksud bukan hanya alumni jurusan Pendidikan Teknik Bangunan, tetapi mencakup alumni Fakultas Teknik, maupun alumni Fakultas lain yang ada di lingkungan UNIMED. Oleh karena itu peran dan wadah alumni diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas mahasiswa. Selain itu sekolah dan bimbingan belajar adalah tempat yang baik juga untuk sarana informasi.

Tabel 4.5. Pemilihan minat Program studi Teknik Sipil S1 PTB UNIMED

No	Pilihan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1.	Pilihan 1	48	55,82
2.	Pilihan 2	26	30,23
3.	Pilihan 3	12	13,95
Total		86	100,00

Sumber: Analisis Data, 2017

Tabel 4.5. menyajikan data minat dari mahasiswa baru Teknik Sipil S1 PTB UNIMED. Hasilnya bahwa 55,82 % menyatakan bahwa Prodi Teknik Sipil S1 PTB UNIMED adalah pilihan pertama dari tiga pilhan program studi yang ditawarkan. Selanjutnya pilihan kedua, sebesar 26 orang (30,23%) dan diiukti oleh pilihan ketiga sebesar 13,95 %. Dari tabel diatas menunjukkan bahwa minat untuk memasuki Program Studi Teknik Sipil S1 PTB UNIMED sangat tinggi ini dilihat dari pilihan para mahasiswa baru dimana S1 Teknik Sipil UNIMED adalah pilihan pertama mereka dalam memasuki perguruan tinggi.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan analisis, hasil dan pembahasan yang dijabarkan di bab III maka didapat kesimpulan dari penelitian Sosialisasi Dan Promosi Program studi Teknik Sipil S1 Jurusan Pendidikan Teknik Bangunan UNIMED adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi dan Promosi yang dilakukan dengan menggunakan media sosial dan penyebaran brosur
2. Jumlah mahasiswa baru yang terdaftar pada program studi Teknik Sipil S 1 berjumlah 86 orang dari jumlah peminat sebanyak 1431 orang
3. Tingkat persaingan cukup tinggi yaitu rata-rata 1:28
4. Daerah asal mahasiswa sudah secara regional mencakup pulau Sumatera Dan Pulau Jawa
5. Sumber informasi keberadaan Teknik Sipil S1 PTB FT UNIMED diketahui melalui sumber informasi yang berbeda seperti dari sekolah, Web, jejaring social, alumni dan lain-lain
6. Umumnya Program studi S1 Teknik Sipil merupakan pilihan pertama dari mahasiswa baru.

5.2. Saran

Program studi S1 Teknik Sipil Jurusan Pendidikan Teknik Bangunan FT UNIMED adalah program studi yang baru terbentuk tahun 2017. Program studi ini baru menerima mahasiswa pada tahun ajaran semester ganjil 2017/2018. Minat calon mahasiswa baru untuk memasuki program studi ini sangat tinggi. Khusus untuk jalur mandiri jumlah peminat dan yang lulus sebenarnya sangat banyak. Terdapat 13 orang peminat yang mengundurkan diri atau tidak mendaftarkan ulang. Hal ini kemungkinan disebabkan adanya aturan untuk membayar uang penyertaan yang cukup tinggi dan harus dibayarkan tunai. Oleh karena itu perlu kiranya institusi lebih bijak menghadapi ini. Agar porsi jumlah mahasiswa baru sesuai dengan yang diharapkan

LAMPIRAN

1. Kontrak Penelitian



THE
Character Building
UNIVERSITY



THE
Character Building
UNIVERSITY



THE
Character Building
UNIVERSITY

2. Dokumentasi Kegiatan Promosi



Gambar L.1. Acara pengenalan mahasiswa baru Prodi Teknik Sipil (S1) UNIMED



Gambar L.2. Promosi Prodi Teknik Sipil (S1) UNIMED dengan guru-guru peserta program PLPG