

**PROPOSAL**  
**INNOVATION AWARD 2016**



**Beeilder**

**(Efficient and Consistent Web Builder)**

**PENGESAHAN PROPOSAL**  
*(PROPOSAL APPROVAL)*  
**INNOVATION AWARD 2016**  
**BINA NUSANTARA**

1. Judul Proyek : Beeilder  
*(Project title)*

2. Kategori :  Art & Design  Humaniora  
*(Category)*  Building & Environment  Science & Technology  
 Business & Management  Teaching & Learning  
 Other: .....

3. Nama Tim : Beeilder Squad  
*(Team Name)*

4. Anggota Tim :  
*(Team members)*

No	Nama Anggota <i>(Member Name)</i>	Division/Business Unit Department/Unit Position	Handphone Ext E-mail
1	Fachri Riyanto ( <i>Ketua</i> )	Binus University Digital Media Development Officer	HP. 0812 8808 0023 Ext. 1218 friyanto@binus.edu
2	Deni Tri Hartanto (Anggota)	Binus University Digital Media Development Officer	HP. 085694944996 Ext. 1218 dhartanto@binus.edu
3	Eka Hardiningtyas (Anggota)	Binus University Digital Media Development Officer	HP. 08561903337 ehardiningtyas@binus.edu
4	Anthoni Askaria (Anggota)	Binus University Digital Media Development Officer	HP. 0817723247 aaskaria@binus.edu

Jakarta, 29 Juli 2016

Mengetahui,

Team Leader

(Danu Widhyatmoko, S.Sn, M.Sn)  
 Direct Supervisor \*

(Fachri Riyanto)

\*) *minimal Binusian level 13*

## **RINGKASAN PROYEK**

*(PROJECT SUMMARY)*

Setiap tahunnya BINUS UNIVERSITY membutuhkan sebuah website (*Landing Page*) untuk mempromosikan event ataupun *online campaign* yang dijalankan oleh tim Marketing. Untuk *online campaign*, biaya yang dibutuhkan untuk pembuatan websitenya adalah Rp. 50.000.000,- dari total keseluruhan *budget* yaitu Rp 100.000.000,- dan website yang sudah dibuat oleh Agency tidak mengikuti aturan CI (*Corporate Identity*) BINUS UNIVERSITY. Beeilder dikembangkan dalam bentuk plugin WordPress dengan tujuan untuk menekan biaya pembuatan *Landing Page* dan juga dapat menyeragamkan penerapan CI BINUS UNIVERSITY pada *Landing Page*. Selain itu, Beeilder dapat memudahkan pembuatan *Landing Page* dengan bantuan sistem modularnya serta dapat menyimpan data-data user jika dibutuhkan.

**Keyword** : Beeilder, WordPress, Plugin, Landing Page

## 1. Latar Belakang Proyek (*Background of the project*)

Setiap tahunnya, BINUS UNIVERSITY menyelenggarakan bermacam-macam event baik dari jurusan maupun program. Selain event, BINUS UNIVERSITY juga melakukan *online campaign* yang dilakukan oleh tim Marketing untuk menjangkau para calon mahasiswa baru. Dimana kedua aktifitas tersebut membutuhkan sebuah website sebagai media promosinya atau *Landing Page* dalam bahasa Marketing-nya.

Sebagai informasi, berdasarkan pembicaraan dengan BINUS Corporate Communications Manager, Pak Haris Suhendra, biaya untuk membuat *Landing Page* sangatlah mahal yaitu sebesar Rp 50.000.000,-. Sedangkan *budget* yang dikeluarkan untuk keseluruhan *online campaign* tersebut adalah Rp 100.000.000,-. Artinya hanya tersisa Rp 50.000.000,- untuk melakukan promosi dan biaya lainnya. Sehingga promosi yang dilakukan sebelumnya belum maksimal.

Lalu untuk masalah waktu pengerjaan, pembuatan *Landing Page* oleh pihak Agency membutuhkan waktu sekitar satu bulan. Yang mana waktu satu bulan tersebut dianggap cukup lama, mengingat tim DMD menargetkan untuk pengerjaan website paling lama adalah 2 minggu.

Masalah selanjutnya adalah konsistensi penerapan CI (*Corporate Identity*) BINUS UNIVERSITY. Berdasarkan pengamatan website-website yang dibuat oleh agency, mereka tidak mengikuti aturan yang sudah ditetapkan pada CI. Sehingga mengurangi kualitas pencitraan *Brand* BINUS UNIVERSITY.

Berdasarkan beberapa masalah diatas, Tim DMD membuat sebuah *Web Builder* yang dikemas dalam *plugin* WordPress yang bertujuan untuk menekan biaya pembuatan *Landing Page* sehingga tim Marketing dapat melakukan *online campaign* lebih *powerfull* dari sebelumnya dan juga dapat menjaga kualitas *Brand* BINUS UNIVERSITY. Selain itu, *plugin* tersebut dapat memudahkan dan mempercepat pembuatan *Landing Page* dengan bantuan sistem modularnya.

## 2. Rumusan Masalah (*Problem Statement*)

1. Pembuatan website *Landing Page* untuk *online campaign* sangatlah mahal, membutuhkan biaya sebesar Rp 50.000.000,- per websitenya.
2. Pembuatan website yang cukup lama oleh pihak Agency yaitu satu bulan per websitenya.
3. Website yang dibuat oleh agency tidak mengikuti aturan penerapan CI (*Corporate Identity*) BINUS UNIVERSITY.

### 3. Tujuan dan Manfaat (*Goal and Benefit*)

#### Tujuan:

1. Membuat sebuah *web builder* yang dikemas dalam *plugin WordPress* dengan sistem modular.
2. Menyediakan tempat untuk mengelola data atau konten website (*dashboard*).

#### Manfaat:

1. Mengurangi dan menekan biaya untuk pembuatan *Landing Page* sebesar Rp 50.000.000,-.
2. Memudahkan dan menghemat waktu pembuatan *Landing Page*.
3. Tim Marketing dapat memaksimalkan aktifitas promosi dari biaya yang dihemat dari pembuatan *Landing Page*.
4. Menyeragamkan penerapan CI pada *Landing Page* dengan website BINUS yang sudah berjalan.
5. Menambah nilai *branding* BINUS karena desain *Landing Page* menjadi lebih sintaktik dan terjaga sesuai dengan standar visual yang dimiliki BINA NUSANTARA.
6. Unit terkait dapat dengan mudah melakukan proses admin, seperti *upload* dan *editing* konten sendiri sesuai kebutuhan serta dapat mengelola data *user* yang melakukan registrasi atau *upload file*.

#### 4. Rencana Penerapan Proyek (*Project Implementation Plan*)

No	Aktivitas	Minggu						
		1	2	3	4	5	6	7
1.	Mengumpulkan kebutuhan web builder	✓						
2.	Pembuatan Wireframe, Desain dan Revisi		✓	✓				
3.	Konversi Desain ke WordPress Plugin			✓	✓	✓	✓	✓
4.	Implementasi Beeilder							

Berikut tahapan proses pengerjaan proyek Beeilder:

##### 1. Mengumpulkan kebutuhan web builder

Hal pertama yang perlu dilakukan adalah mengumpulkan informasi tentang kebutuhan user dalam mengelola *Landing Page*. Hal ini dilakukan dengan melakukan meeting dengan unit terkait yang membutuhkan *Landing Page* serta dengan mencari best practice dari *Landing Page* melalui internet.

##### 2. Pembuatan Wireframe dan konversi ke Desain

Setelah informasi untuk membuat *Landing Page* terkumpul, langkah selanjutnya adalah membuat rancangan awal desain Beeilder dalam bentuk Wireframe (desain manual dengan menggambar dikertas). Lalu mengkonversi Wireframe tersebut ke dalam bentuk digital.

##### 3. Konversi Desain ke WordPress Plugin

Setelah desain selesai, langkah selanjutnya adalah mengkonversi desain tersebut (*slicing*) menjadi WordPress plugin.

#### **4. Implementasi Beeilder**

Melakukan implementasi dengan cara mengupload file Beeilder ke folder *plugins* di website BINUS yang sudah terinstall WordPress dan mengaktifkan *plugin* tersebut melalui halaman *Dashboard* admin agar plugin siap untuk dipakai.

## 5. Perkiraan Efisiensi Sumber Daya (*Resource Efficiency Estimation*)

Sebelum (*Before*):

- Harga pembuatan *landing page* yang dibayarkan kepada Agency sebesar Rp 50.000.000,- per websitenya.
- Pembuatan *landing page* membutuhkan waktu 1 bulan.

Setelah (*After*):

- Harga pembuatan dihilangkan atau Rp.0,- karena dapat menggunakan sumber daya tim DMD.
- Pembuatan *landing page* bisa diselesaikan dalam waktu 1-2 minggu tergantung tingkat kesulitan website.

ROI:

Berdasarkan perhitungan yang didapat, perbandingan biaya operasional pembuatan *landing page* adalah sebagai berikut:

	Tanpa Beeilder	Dengan Beeilder
Biaya yang dikeluarkan	Rp.50.000.000,-	Rp.0,-
Waktu yang dibutuhkan	1 Bulan	Paling cepat 1-2 Minggu tergantung tingkat kesulitan website

Dari perbandingan tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan Beeilder dapat menghemat biaya pembuatan website *online campaign (Landing Page)* tim Marketing sebesar Rp 50.000.000,- per websitenya. Selain itu, Beeilder juga dapat mempercepat pembuatan *Landing Page* dengan selisih waktu sampai 2 minggu lebih cepat.

## 6. Resiko Proyek (*Project Risk*)

Masing-masing *Landing Page* pastinya memiliki keperluan konten yang berbeda-beda dan kemungkinan *layout* dan *treatment* desain yang berbeda pula. Untuk *treatment* desain yang berbeda (*custom*) akan memakan waktu pengerjaan yang lebih lama dibandingkan pada desain yang menggunakan sistem modul standar yang sudah tersedia pada Beeilder.



Selain itu tim DMD memiliki personel yang sedikit dengan load pekerjaan pada tim yang cukup tinggi, sehingga apabila proyek tidak tepat waktu dan *load* pekerjaan banyak maka proyek dapat terselesaikan cukup lama.

## II. STUDI PUSTAKA

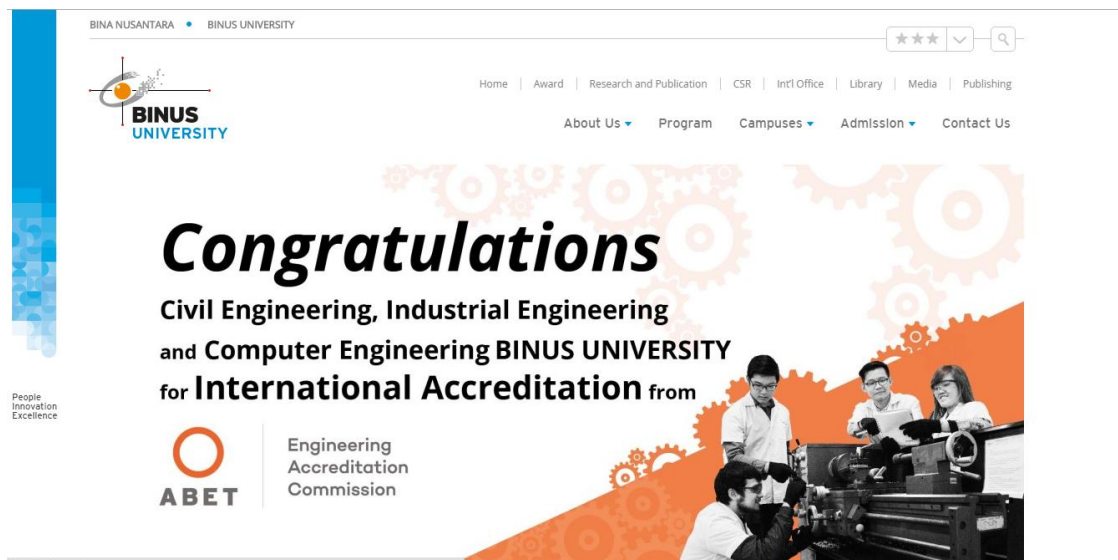
### (LITERATURE STUDY)

#### 2.1 WordPress

Berdasarkan deskripsi yang diambil dari [codex.wordpress.org](http://codex.wordpress.org), WordPress adalah piranti lunak penerbitan dengan focus kemudahan penggunaan, kecepatan dan *user experience* yang baik.

Menurut Patel dkk (2011 : 40) *WordPress* pada awalnya dibuat sebagai piranti lunak untuk membuat *blog*, namun dalam perkembangannya beberapa tahun terakhir WordPress menjelma menjadi piranti lunak penerbitan dan pengelolaan konten. Salah satu keunggulan yang dimiliki oleh WordPress adalah banyaknya dukungan *developer* dan tersedianya komunitas WordPress yang siap sedia membantu dalam memberi saran penggunaannya.

WordPress sendiri menjadi salah satu dari 3 piranti lunak yang dianggap sebagai paling efisien dan paling populer, hal ini diindikasikan dengan banyaknya instalasi *website* yang dibangun, jumlah buku / artikel dokumentasi yang dicetak.



**Gambar 1.** Tangkapan layar *website* BINUS UNIVERSITY, salah satu *situs* yang menggunakan *WordPress*

#### 2.2 Landing Page

Dikutip dari [Wikipedia.org](http://Wikipedia.org), *Landing page* adalah suatu halaman *website* yang dikunjungi pertama kali oleh pengunjung, baik dari klik hasil pencarian *Search Engine*

ataupun klik dari link-link yang disebar melalui *online advertising* seperti Google Ads, Facebook Ads dan lain sebagainya.

Halaman *Landing Page* digunakan untuk menampilkan informasi pemasaran sebuah produk maupun jasa. Tujuannya adalah untuk mendapatkan visitor serta membuat visitor tersebut tertarik untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Berdasarkan deskripsi yang diambil dari website <http://unbounce.com>, halaman Landing Page terbagi menjadi 2 tipe yaitu *Click through landing pages* dan *Lead generation landing pages*. *Click through landing pages* bertujuan agar user mau mengklik halaman lain dari sebuah *Landing Page*. Sedangkan *Lead generation landing pages* untuk mendapatkan data user seperti nama dan email. Tujuannya untuk melakukan pemasaran kepada pengunjung yang tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan.

### **2.3 Campaign**

Seperti dikutip dari <http://dictionary.cambridge.org/> pengertian dari *Campaign* yaitu sebuah perencanaan berbagai kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu, bisa dalam bidang politik, bisnis maupun militer.

#### **2.3.1 Advertising Campaign**

*Advertising Campaign* merupakan rangkaian berbagai kegiatan komunikasi yang mengusung satu tema / ide yang saling mendukung sehingga terciptanya komunikasi yang terintegrasi pada sasaran. bentuk kegiatan komunikasi ini dapat muncul di berbagai media penyebaran seperti sosial media, televisi, produk resmi, dll.

Pada zaman modern saat ini *advertising campaign* menyorot media *offline* maupun *online*, media *online* seperti sosial media maupun website menjadi vital peranannya seiring dengan semakin berkembangnya jaringan internet.

Menurut Anderson. D (2009) penggunaan media online memberikan dampak terhadap keberhasilan suatu *campaign*, dengan mengambil contoh *campaign* presidensial Barrack Obama pada 2008 penggunaan media seperti BlackBerry, Sosial Media & Website mampu memobilisasi komunitas, menyebarkan pesan “Yes We Can” dan meningkatkan pendapatan pendanaan.

### **2.4. Branding dan Kaitannya dengan Website**

Menurut Neumeier (2009:2) *Brand* adalah persepsi/ citra yang diterima oleh seseorang mengenai suatu, produk, jasa atau perusahaan. Sedangkan *Branding* menurut

Wheeler (2009:6) adalah sebuah proses membangun kesadaran masyarakat akan suatu produk, jasa atau perusahaan dan usaha meningkatkan loyalitas customer akan brand tersebut. Wheeler (2009:41) juga menyebutkan bahwa salah satu tanda dari idealnya suatu identitas brand adalah koherensi. Koherensi adalah suatu kualitas yang meyakinkan bahwa setiap bagian dari brand (baik itu logo, poster, website, marketing dan stakeholder) memiliki cara yang sama dan saling berkaitan satu sama lain dalam mendukung pencitraannya. Namun, cara tersebut tidak harus kaku dan terbatas, tetapi menjadi sebuah pondasi dalam membangun kepercayaan dan kesetiaan dari customer.

Website dan Landing Page adalah salah satu portal media yang paling efisien, user-friendly, dan paling cepat diakses oleh audiens. Setiap kontennya, interaktif, user-experience-nya membawa karakter brand tanpa membuat user merasa terjebak dalam tekanan "sales environment", namun disini lain user juga mudah menemukan website kompetitor dari perusahaan kita dan membandingkannya (Wheeler, 2009:52). Sehingga, perlu adanya diferensiasi dengan kompetitor dalam hal mendesain website. Baiknya dalam mendesain website tidak hanya mengikuti trend namun juga diimplementasikan sesuai image/ citra brand yang diinginkan. Penggunaan warna, feel dan emosi dalam desain sebaiknya membawa karakter brand. (Fadeyev, Dmitri; 2008, Strategic Design: 6 Steps for Building Successful Website; <https://www.smashingmagazine.com/2008/11/strategic-design-6-steps-for-building-successful-websites/>; diakses tanggal 8 September 2016).

Saat ini hampir seluruh website di Binus University telah Responsive. Hal ini dikarenakan kebanyakan pengguna website saat ini mengandalkan perangkat mobile mereka. Responsive web design merupakan cara yang paling efektif untuk memberikan informasi kepada user yang menggunakan berbagai macam ukuran layar perangkat *mobile*.

# III. IMPLEMENTASI PROYEK

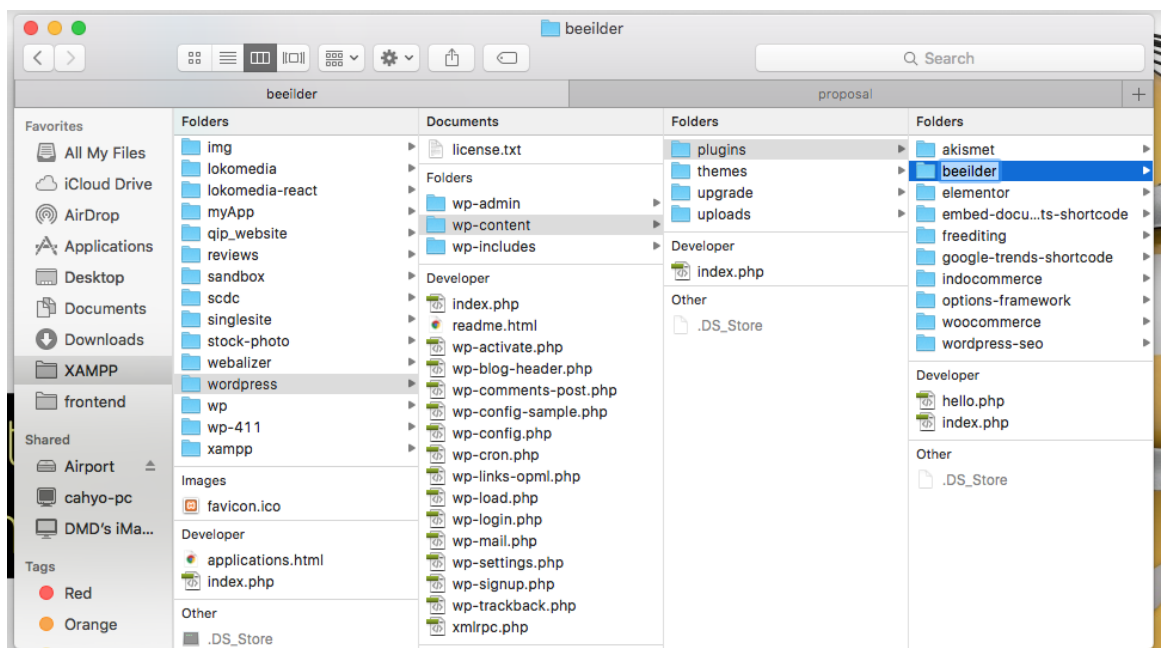
## (PROJECT IMPLEMENTATION)

### 3.1 Langkah Pelaksanaan Proyek (Project Activity)

Beeilder adalah sebuah plugin WordPress. Cara memasangnya cukup mengupload file Beeilder ke folder instalasi WordPress yaitu wp-content/plugins (Folder khusus plugin di WordPress). Setelah itu diaktifasi melalui dashboard WordPress dan Beeilder siap untuk digunakan.

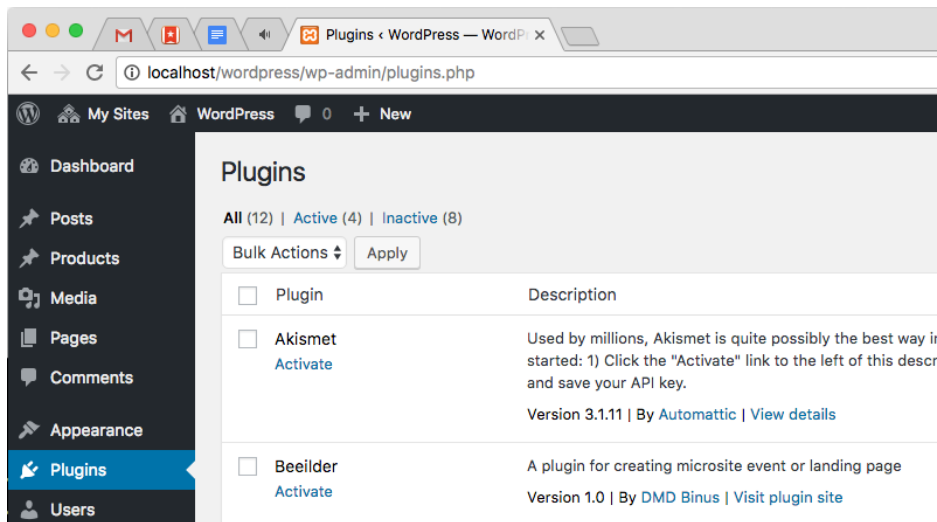
Berikut langkah lengkap untuk instalasi Beeilder:

1. Upload atau copy folder Beeilder ke folder plugins di instalasi WordPress.



**Gambar 2.** Lokasi folder Beeilder yang diupload ke folder plugins di instalasi WordPress

2. Login ke halaman Dashboard WordPress dengan menambahkan `/wp-admin/` di belakang domain website. Misalnya <http://binus.ac.id/wp-admin/>. Setelah berhasil login, pilih menu **Plugins** untuk melihat list Plugin yang tersedia pada website.



**Gambar 3.** Tampilan halaman daftar Plugin yang tersedia

3. Setelah itu klik link “Activate” untuk mengaktifkan plugin Beeilder. Nanti akan muncul menu baru yaitu “Beeilder” diatas menu “Appearance”.

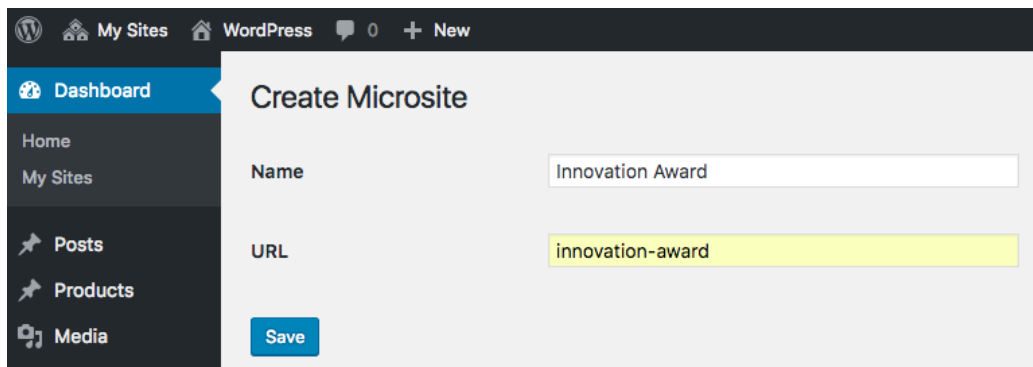


**Gambar 4.** Tampilan ketika plugin Beeilder sudah diaktivasi

4. Beeilder siap untuk digunakan untuk membuat web *event*, *landing page* maupun *microsite*.

Lalu untuk pembuatan web *Event*, *Landing Page* atau *Microsite* menggunakan Beeilder, berikut langkah-langkahnya:

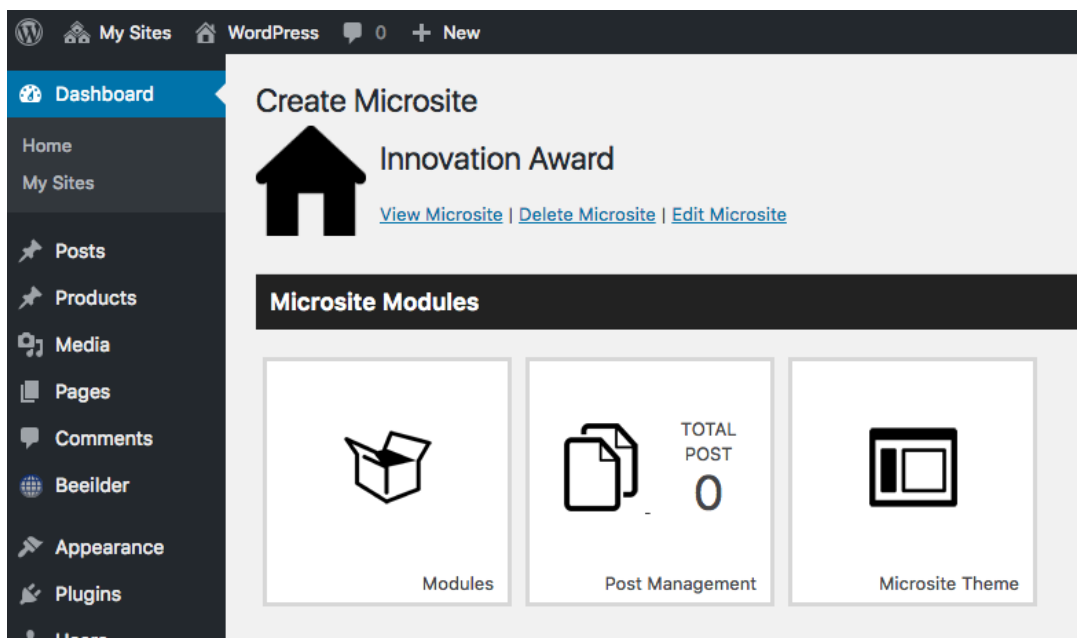
1. Setelah berhasil mengaktifasi plugin Beeilder, pilih menu Beeilder lalu pilih menu “Add New Microsite”.



**Gambar 5.** Halaman untuk setting nama dan URL *Landing Page*

Input nama *event*, *microsite* atau *landing page* yang ingin digunakan serta input juga URL yang akan dipakai website tersebut. URL yang akan digenerate akan tampil kebelakang. Pada contoh diatas, URL diisi dengan “innovation-award”, maka URL yang akan dihasilkan adalah <http://namadomain/innovation-award/>. Setelah itu klik tombol “Save”.

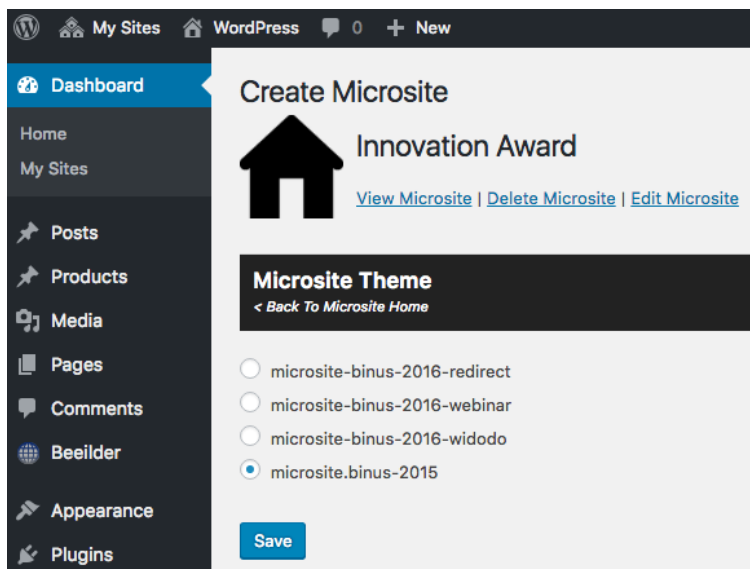
2. Setelah itu akan masuk ke halaman *Dashboard* Microsite. Pada halaman *Dashboard* user dapat mengedit kembali nama subsite dan juga URL-nya. Di halaman *Dashboard* juga user dapat melakukan setting *theme* apa yang akan dipakai serta modul apa saja yang akan digunakan.



**Gambar 6.** Halaman *Dashboard* Beeilder

Jika user mengklik link “View Microsite” akan tampil halaman kosong karena belum memilih *theme* atau desain yang akan dipakai.

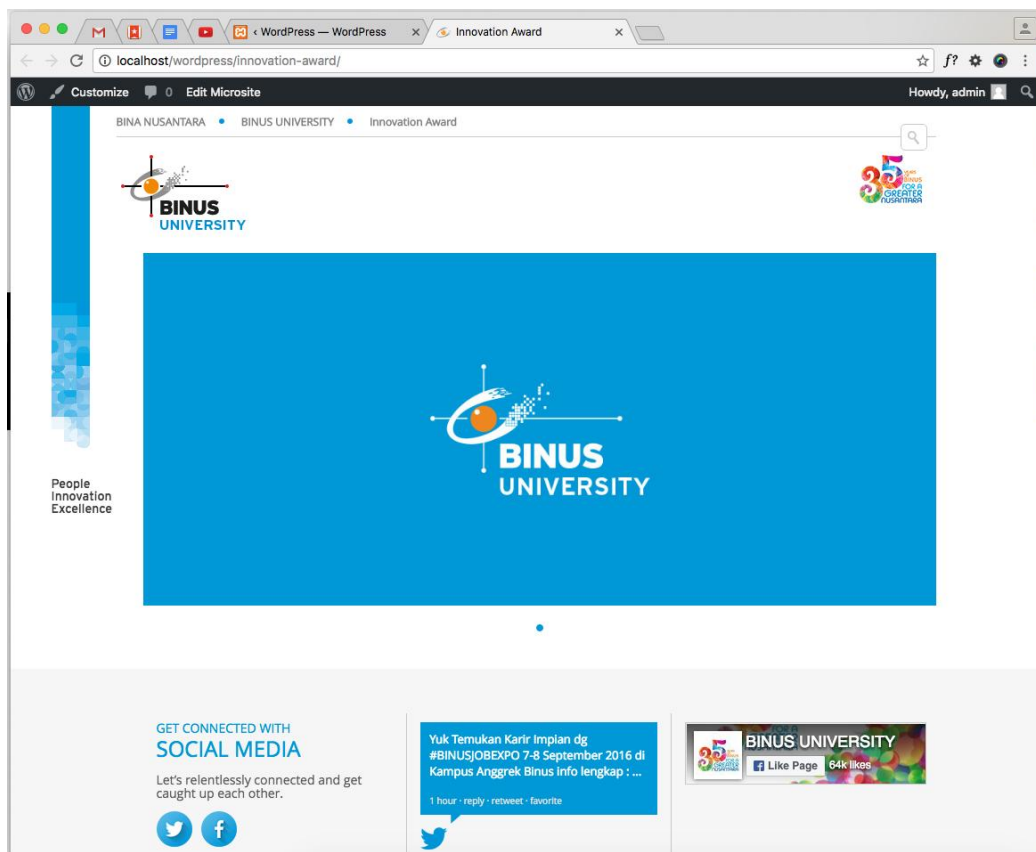
- Langkah selanjutnya pilih menu “Microsite Theme”. Pilih *theme* yang ingin dipakai dan klik tombol “Save”.



Gambar 7. Halaman untuk pilih *theme* yang akan dipakai

Sampai tahap ini, tampilan *Landing Page* sudah bisa dilihat oleh seluruh *user*, baik pengunjung maupun admin webnya.

- Untuk melihatnya bisa klik link “View Microsite” atau bisa langsung mengakses URL dengan link <http://namadomain.com/innovation-award/>. Berikut tampilannya:



Gambar 8. Halaman utama Landing Page



### 3.2 Perkiraan Biaya Proyek (*Project Cost Estimation*)

Sebelum (*Before*):

- Harga pembuatan landing page yang dibayarkan kepada Agency sebesar Rp 50.000.000,- per websitenya.
- Pembuatan landing page membutuhkan waktu 1 bulan.

Setelah (*After*):

- Harga pembuatan dihilangkan atau Rp.0,- karena dapat menggunakan sumber daya tim DMD.
- Pembuatan landing page bisa diselesaikan dalam waktu 1-2 minggu tergantung tingkat kesulitan website.

ROI:

Berdasarkan perhitungan yang didapat, perbandingan biaya operasional pembuatan landing page adalah sebagai berikut:

	Tanpa Beeilder	Dengan Beeilder
Biaya yang dikeluarkan	Rp.50.000.000,-	Rp.0,-
Waktu yang dibutuhkan	1 Bulan	Paling cepat 1-2 Minggu tergantung tingkat kesulitan website

Dari perbandingan tersebut, dapat diketahui bahwa penggunaan Beeilder dapat menghemat biaya pembuatan website *online campaign (Landing Page)* tim Marketing sebesar Rp 50.000.000,- per websitenya. Selain itu, Beeilder juga dapat mempercepat pembuatan *Landing Page* dengan selisih waktu sampai 2 minggu lebih cepat.

### 3.3 Ukuran Keberhasilan Proyek (*Project Indicator*)

Proyek ini dapat dikatakan berhasil jika dapat memenuhi tujuan awal dan seluruh manfaat yang diharapkan dapat tercapai. Adapun indikator pencapaiannya dapat diukur dengan beberapa hal seperti:

1. Evaluasi dari user bahwa Beeilder sudah memenuhi kebutuhan admin untuk pengelolaan konten websitenya.

2. Evaluasi biaya operasional bahwa dengan menggunakan Beeilder dapat menghemat biaya pembuatan *Landing Page* seminimal mungkin.

### **3.4 Perkiraan Dampak Proyek** (*Estimated Project Impact*)

#### **3.4.1 Dampak Positif** (*Positive Impact*)

1. Menghemat biaya pembuatan *Landing Page*.
2. Menyeragamkan tampilan *Landing Page* baru dengan tampilan website yang sudah berjalan.
3. Pembuatan *Landing Page* menjadi lebih mudah dan cepat.
4. *User* dapat melakukan pengelolaan website dengan mudah.

#### **3.4.2 Dampak Negatif / Resiko** (*Negative Impact*)

1. Pekerjaan yang didapat tim DMD menjadi lebih banyak karena yang sebelumnya dikerjakan oleh Agency akan dikerjakan oleh tim DMD.

# DAFTAR PUSTAKA

## *(REFERENCE)*

WordPress.org. About WordPress. Retrieved (10-9-2015) from  
[https://codex.wordpress.org/Category:About\\_WordPress](https://codex.wordpress.org/Category:About_WordPress)

Patel K. S., Rathod R. V., Prajapati B. J (2011). Performance Analysis of Content Management Systems- Joomla, Drupal and WordPress. International Journal of Computer Applications, Vol. 21, No. 4, 2001, pp. 39-43.

Wikipedia.org. Landing Page. Retrieved (28-8-2016) from  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Landing\\_page](https://en.wikipedia.org/wiki/Landing_page)

Unbounce.com. What is a Landing Page. Retrieved (28-8-2016) from  
<http://unbounce.com/landing-page-articles/what-is-a-landing-page/>

Cambridge.org. Campaign, Retrieved (8-9-2016) from  
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/campaign>

Anderson, Dennis (2009) How has Web 2.0 reshaped the presidential campaign in the United States? In: Proceedings of the WebSci'09: Society On-Line, 18-20 March 2009, Athens, Greece. (In Press)

Fadeyev, Dmitri (2008) Strategic Design: 6 Steps for Building Successful Website;  
<https://www.smashingmagazine.com/2008/11/strategic-design-6-steps-for-building-successful-websites/>; diakses tanggal 8 September 2016

Wheeler, Alina (2009) Designing Brand Identity. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

# LAMPIRAN

## (APPENDIX)

### 1. Fitur-fitur yang tersedia di Beeilder:

- **Dashboard**, berfungsi sebagai tampilan utama yang digunakan sebagai menu untuk mengakses fitur-fitur yang tersedia.
- **Microsite Theme**, fitur yang digunakan untuk memilih *theme* yang tersedia. *Theme* ini dapat digunakan berulang-ulang jika *microsite* yang dibuat memang memiliki kriteria yang sama dengan yang memakai *theme* tersebut sebelumnya.
- **Post Management**, digunakan untuk mengolah konten seperti halaman (*about us*, *contact us*, dll), artikel dan sebagainya sesuai kebutuhan masing-masing *microsite*.
- **Modules**, digunakan untuk mengaktifkan atau menonaktifkan modul-modul yang akan dipakai pada *microsite*.
- **Social Media & Identity**, digunakan untuk menampilkan social media serta identitas website.
- **Microsite Home Detail**, digunakan untuk mengatur posisi konten (dalam hal ini yang diinput pada *Post Management*) dihalaman *Home*.
- **Microsite Menu**, digunakan untuk mengatur menu pada *microsite*.
- **Other Web Configuration**, digunakan sebagai *settings* tambahan untuk menginput logo *microsite*, Google Analytics, Memilih warna Business Unit, dan *settings* tambahan lainnya.


## 2. Daftar desain Modular

Desain modular part 1:


The image displays a modular design for the BINUS University website, organized into several distinct sections:

- Header:** Includes the BINUS UNIVERSITY logo, navigation menus for HOME, ABOUT US, PROGRAMS, CAMPUSES, MEDIA, and ADMISSION, and secondary links for International Office, Library, Community Service, Awards, Research, and Contact Us.
- Hero Banner:** Features a large image of the BINUS building with the text: "When Creativity Meet A Smart & Green Campus", "ICONIC BUILDING OF THE NATION", and "BINUS UNIVERSITY @ALAM SUTERA".
- Events Section:** Titled "EVENTS", it lists upcoming events with dates and locations:
  - JUN 30:** INTERNATIONAL SUMMER SCHOOL at Chonbuk National University, Korea.
  - JUN 17:** WISUDA 50 BINUS UNIVERSITY at Jakarta Convention Center, Jakarta.
  - JUL 02:** PERAYAAN 33 TAHUN BINA NUSANTARA at Food Court, 1st Floor, Anggrek Campus, BINUS UNIVERSITY.
  - JUN 18:** ACCELERATE YOUR VISIONS TO BE IT... at Auditorium, 4th Floor, Anggrek Campus, BINUS UNIVERSITY.
  - JUN 13:** PANCASILA : DAYS OF FUTURE PAST at Food Court, 1st Floor, Anggrek Campus, BINUS UNIVERSITY.
- Gallery Sections:** Two sections titled "GALLERY" showcase images and articles:
  - The left gallery features a large image of Mount Bromo with the caption: "MEDALI EMAS KUMITE PERORANGAN PUTRI KELAS -61 KG - PEKAN OLAHRAGA MAHASISWA NASIONAL (POMNAS) CABANG KARATE" dated OCTOBER 1, 2012.
  - The right gallery features two smaller images with captions: "LEADERSHIP ROLE IN ORGANIZATIONAL ..." dated October 1, 2013, and "NATIONWIDE UNIVERSITY NETWORK IN INDONESIA" dated October 1, 2013.

Desain modular part 2:



### ARTICLES




FENOMENA "GALACTICO" BALE DAN OEZIL – AKUNTANSI UNTUK...  
October 1, 2013

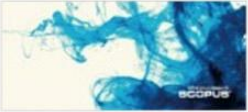
---

THE POWER OF BALDRIGE EXCELLENCE CRITERIA  
October 1, 2013

[VIEW ALL ARTICLES >](#)



### RESEARCH




IS YOUR NAME LISTED IN SCOPUS DATABASE?  
October 1, 2013


---

HOME MADE CO2 LASER BASED CNC MACHINE  
October 1, 2013

[VIEW ALL RESEARCH >](#)



### TEACH FOR INDONESIA




TFI AWARD  
October 1, 2013

---


PANCASILA : DAYS OF FUTURE PAST  
October 1, 2013

[VIEW ALL AT TFI >](#)

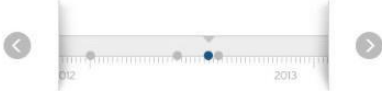



### AWARDS

Given | Achieved




MEDALI EMAS KUMITE PERORANGAN PUTRI KELAS -61 KG - PEKAN OLAHRAGA MAHASISWA NASIONAL (POMNAS) CABANG KARATE  
OCTOBER 1, 2012






### ARTICLES




LEADERSHIP ROLE IN ORGANIZATIONAL PERFORMANCE...  
October 1, 2013

---




NATIONWIDE UNIVERSITY NETWORK IN INDONESIA  
October 1, 2013

---



WRITE UP FROM THE INTERNATIONAL OFFICE  
October 1, 2013


---




EVALUATING SCIENTISTS: CITATIONS, IMPACT FACTOR, H-I...  
October 1, 2013


[VIEW ALL ARTICLES >](#)

GET CONNECTED WITH **SOCIAL MEDIA**  
Let's relentlessly connected and get caught up each other.



nah kalo itu masih rahasia, tunggu-berta selanjutnya yaa hehe RT @sundahh Binusjobexpo tgl brp min?  
22 hours ago · reply · retweet · favorite





**BINUS UNIVERSITY**  
Like

24,173 people like BINUS UNIVERSITY.


Facebook social plugin

MORE FROM **BINUS EDUCATION**

BINUS International University

SAY HI! or... **SEND YOUR QUESTION**

BINUS University  
Jl. Syahdan No. 9 | Jakarta 11480  
021 534 5830



**BINUS UNIVERSITY**  
Copyright © BINUS UNIVERSITY. All rights reserved.

### 3. Contoh desain custom



# WIDODO BUDIHARTO

Mixtape celiac pitchfork anim before they sold out commodo. Gastropub sed pug incididunt pinterest. Fugiat wayfarers distillery squid cillum trust fund, consectetur jean shorts tattooed schlitz small batch. Minim tousled irony eiusmod, fingerstache consequat bicycle rights meditation typewriter vegan leggings nisi. Taxidermy vero man bun, asymmetrical ennui anim nulla velit twee offal lo-fi hammock. Deserunt bespoke swag iPhone. Jean shorts officia commodo chartreuse meggings.

Ea reprehenderit fap, try-hard asymmetrical pariatur offal chia nostrud truffaut crucifix anim cardigan consequat blue bottle. Heirloom XOXO velit aesthetic voluptate readymade vinyl single-origin coffee cliché messenger bag officia butcher. Laboris pitchfork enim, jean shorts veniam quis culpa waistcoat. Plaid farm-to-table dreamcatcher gastropub velit, yuccie try-hard. Cray meditation authentic swag shabby chic eiusmod deserunt. Health goth adipisicing post-ironic leggings cred, XOXO nihil fixie lumbersexual yr cillum gluten-free 3 wolf moon sapiente. Esse leggings laboris bespoke irony proident, dolor ennui.

7

AWARDS & GRANTS

6

SCHOLARSHIPS

21

INTERNATIONAL  
JOURNALS SCOPUS AND  
ISI THOMPSON INDEXED

11

INTERNATIONAL  
CONFERENCES

30

BOOKS