

PROPOSAL
INNOVATION AWARD 2016



**Web Design to Support Knowledge
Management on Third Party**

PENGESAHAN PROPOSAL
(PROPOSAL APPROVAL)
INNOVATION AWARD 2016
BINA NUSANTARA

1. Judul Proyek : Web Design to Support Knowledge Management on Third Party
 (Project title)

.....

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

3. Nama Tim : ..STAR.....
 (Team Name)

4. Anggota Tim :
 (Team members)

| No | Nama Anggota (Member Name) | Division/Business Unit Department/Unit Position | Handphone Ext E-mail |
|----|-------------------------------|--|--|
| 1 | Retno Dewanti (Ketua) | Binus University Community Development Academic Manager | 081388092636 1027 retnodewanti@binus.edu |
| 2 | Hasan Ghazali (Anggota) | Binus University Community Development Networking Section Head | 08 1027 hghazali@binus.edu |
| 3 | Maryani (Anggota) | Binus University Community Development Academic Curriculum Section Head | 087781002120 1027 yanie@binus.edu |
| 4 | Herlina (Anggota) | Binus University Community Development Academic Staff | 081280246382 1027 herlinad@binus.edu |

Jakarta, 29 Juli 2016

Mengetahui,

Team Leader

(Andreas Chang)
 Direct Supervisor *

(Retno Dewanti)

*) minimal Binusian level 13

RINGKASAN PROYEK

(PROJECT SUMMARY)

Kolaborasi kegiatan sosial antara perguruan tinggi, mitra dan masyarakat dibutuhkan untuk mendukung pembangunan berkelanjutan oleh karenanya dibutuhkan media informasi yang transparan, cepat dan mudah serta merata ke seluruh pelosok Nusantara. Untuk saat ini masing-masing organisasi memiliki kegiatan sosial dengan pendanaan dan sumberdaya manusia yang terbatas sehingga belum mencapai pembangunan berkelanjutan secara optimal. Maka dari itu, dibutuhkan desain situs yang mampu menyediakan *digital content* yang dapat diakses setiap saat dan dikelola oleh BINUS dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, sedangkan mitra BINUS dapat menyediakan dana pengembangan untuk mendukung setiap kegiatan yang diterbitkan melalui website tersebut.

Keyword: website, masyarakat, partner dan pembangunan berkelanjutan

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

Sejak tahun 2014 Universitas Bina Nusantara telah memiliki *center* untuk mendukung kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat (P2M) dengan nama Community Development Academic. UBinus mencanangkan bahwa dalam rangka peningkatan kualitas dosen maka setiap dosen bertugas untuk melakukan Catur Dharma yakni, pengajaran, penelitian, pengabdian masyarakat, serta pengembangan diri. Sebagai salah satu aspek catur dharma, dosen di Binus diharapkan ikut serta membangun masyarakat, dan dalam waktu bersamaan dapat meningkatkan kualitas dosen sesuai keahliannya dan memberikan manfaat yang tidak tunggal yakni bermanfaat dalam mengembangkan pengetahuan mahasiswa berdasarkan kasus di lapangan.

UBinus mendorong terjadinya transfer inovasi dan teknologi kepada masyarakat yang berguna bagi pembangunan ekonomi bangsa Indonesia dan mengembangkan penelitian yang bermanfaat bagi pertumbuhan pengetahuan dan wawasan bangsa di dunia. Oleh karenanya UBinus membentuk Center Community Academic untuk memampukan synergi antara masyarakat, akademis dan institusi lainnya bekerjasama menumbuhkan dan mengembangkan seluruh lapisan masyarakat dalam mempertahankan Ketahanan Nasional.

UBinus mendorong dosen untuk melakukan kegiatan yang mampu memberikan solusi bagi masyarakat serta meningkatkan martabat bangsa dan melestarikan budaya dan sumber daya alam. UBinus memberikan keleluasaan bagi dosen untuk memberikan solusi kepada persoalan masyarakat melalui kajian akademik. CDA bertugas untuk memfasilitasi kegiatan terkait dengan tanggungjawab sosial Universitas Bina Nusantara terhadap komunitas di lingkungannya.

Dalam melaksanakan P2M, dosen diarahkan untuk melakukan PKM multidisiplin baik dalam lembaga sendiri maupun luar lembaga. Untuk kerjasama PKM yang melibatkan institusi di luar lembaga BINUS University, maka proses pembuatan dokumen kerjasama akan melalui Binus Collaboration Center dan pengecekan legalitas akan dilaksanakan di bagian General Affair & Legal BINUS University.

Tujuan utama dalam kerjasama PKM adalah untuk memperluas jejaring (*network*) ke komunitas dari para dosen BINUS University dengan mitranya di luar baik secara nasional maupun internasional sehingga akan tercipta pemanfaatan sumberdaya dan fasilitas bersama antar lembaga secara berkesinambungan. Selain itu dengan adanya kerjasama ke Komunitas ataupun instansi lain juga akan meningkatkan pengakuan internasional (*international recognition*) atas kinerja lembaga maupun dosen sendiri sebagai akademisi.

Kondisi Terkini CDA

| | |
|--|---|
| STRENGTH <ul style="list-style-type: none">• > 30 Prodi.• SPMI (Sistem Penjaminan Mutu Internal)• KPI FM Catur Dharma -PPM• SAT (Student Activity Transcript) 30 point, 20 hours community Service, 3+1 | WEAKNESSES <ul style="list-style-type: none">• Sustainability• Impact evaluation• FM practitioner -Less Contribution• Time management : 50 hours/FM/smt |
| THREAT <ul style="list-style-type: none">• Government role• Sustainable investment Funds• Commitment of society• PPM area. | OPPORTUNITY <ul style="list-style-type: none">• Volunteer Local & International• Partnership• Binus Image• CSR Award & Grant |

Kondisi Yang Diinginkan

Pengabdian Pada Masyarakat (P2M) direncanakan, dimonitor serta dilaporkan, baik jangka pendek maupun jangka panjang mengacu kepada Roadmap Community Development tahun 2010 sampai dengan 2020, RPJMN, Nawacita, SDGs sehingga terjadi kesinambungan yang dapat berguna bagi dosen secara keilmuan maupun sikap, serta bagi masyarakat yang memerlukannya. Informasi kegiatan diusulkan oleh CDA (Community development Academic) di awal tahun dan didiskusikan bersama pelaksanaannya yang diatur oleh CDA yang terjadwal disesuaikan dengan kepentingan waktu dan harapan komunitas, mitra dengan mempertimbangkan biaya, waktu dan kapasitas dosen serta mahasiswa Binus. Proses penyampaian jadwal kegiatan seharusnya dilakukan secara terencana dengan waktu persiapan tiga bulan sebelum kegiatan sehingga dosen-dosen pengabdian dapat berpeluang mendapatkan pendanaan sponsor dari mitra dan mempersiapkan pengukuran kapasitas peserta sebelum kegiatan. Proses kolaborasi partner binus dan masyarakat membutuhkan dukungan *website* yang transparan, mudah diakses oleh masyarakat luas, mampu menyediakan *digital content*, informasi kegiatan dan memberdayakan sinergi pendanaan dari beberapa organisasi.

2. Rumusan Masalah (*Problem Statement*)

<Gap kondisi saat ini dan kondisi yang diinginkan>

<*The gap between current condition and desired condition*>

1. Publikasi Social Event
2. Digital Content Free Access
3. Sponsor fundraising Sponsorship

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

Berikut ini adalah tujuan yang diharapkan dapat tercapai dengan adanya proyek ini dan memecahkan permasalahan yang ada:

1. Semua kegiatan PPM yang dilakukan oleh dosen dapat terpublikasi
2. Website yang mampu menyediakan *digital content* yang dapat diakses setiap saat dan dikelola oleh BINUS dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat,
3. Memberdayakan *seinerji* pendanaan dari beberapa organisasi

Adapun manfaat yang diperoleh dari proyek ini adalah:

1. Rekam jejak kegiatan P2M yang dilakukan oleh dosen.
2. Masyarakat dapat mengakses semua materi yang ada di website.
3. Proses kolaborasi mitra binus dan masyarakat membutuhkan dukungan *website* yang transparan, mudah diakses oleh masyarakat luas.

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

| NoK I | Aktivitas | Keluaran/ Output | | | | | |
|----------|-----------------------------|------------------|-----|-----|-----|-----|-------------------------------|
| | | Agt | Sep | Oct | Nov | Dec | |
| 1. | Survei Lapangan | ✓ | | | | | Data HasilIdentifikasiMasalah |
| 2. | Perancangan Solusi (Sistem) | ✓ | ✓ | | | | UsulanPemecahanMasalah |
| 3. | Perancangan Layar | ✓ | ✓ | | | | |
| 4. | Perancangan Prototipe | | | ✓ | | | Aplikasi |
| 5. | Pengembangan Aplikasi | | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| 6. | Uji Coba Aplikasi | | | ✓ | ✓ | | |
| 7. | Pembuatan Manual | | | | ✓ | | Manual |
| 8. | Instalasi Aplikasi | | | | ✓ | | Proyek Terimplementasi |
| 9. | Pemeliharaan | | | | ✓ | | |
| 10. | EvaluasidanPerbaikan | | | | ✓ | | |

5. Perkiraan Efisiensi Sumber Daya (Resource Efficiency Estimation)

Sebelum (Before):

Pada 2017, eMarketer memperkirakan *netter* Indonesia bakal mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang di peringkat ke-5 yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat.

Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan bakal mencapai 3 miliar orang pada 2015. Tiga tahun setelahnya, pada 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi bakal mengakses internet setidaknya sekali tiap satu bulan.

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018
millions

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1. China* | 620.7 | 643.6 | 669.8 | 700.1 | 736.2 | 777.0 |
| 2. US** | 246.0 | 252.9 | 259.3 | 264.9 | 269.7 | 274.1 |
| 3. India | 167.2 | 215.6 | 252.3 | 283.8 | 313.8 | 346.3 |
| 4. Brazil | 99.2 | 107.7 | 113.7 | 119.8 | 123.3 | 125.9 |
| 5. Japan | 100.0 | 102.1 | 103.6 | 104.5 | 105.0 | 105.4 |
| 6. Indonesia | 72.8 | 83.7 | 93.4 | 102.8 | 112.6 | 123.0 |
| 7. Russia | 77.5 | 82.9 | 87.3 | 91.4 | 94.3 | 96.6 |
| 8. Germany | 59.5 | 61.6 | 62.2 | 62.5 | 62.7 | 62.7 |
| 9. Mexico | 53.1 | 59.4 | 65.1 | 70.7 | 75.7 | 80.4 |
| 10. Nigeria | 51.8 | 57.7 | 63.2 | 69.1 | 76.2 | 84.3 |
| 11. UK** | 48.8 | 50.1 | 51.3 | 52.4 | 53.4 | 54.3 |
| 12. France | 48.8 | 49.7 | 50.5 | 51.2 | 51.9 | 52.5 |
| 13. Philippines | 42.3 | 48.0 | 53.7 | 59.1 | 64.5 | 69.3 |

| | | | | | | |
|---------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| 14. Turkey | 36.6 | 41.0 | 44.7 | 47.7 | 50.7 | 53.5 |
| 15. Vietnam | 36.6 | 40.5 | 44.4 | 48.2 | 52.1 | 55.8 |
| 16. South Korea | 40.1 | 40.4 | 40.6 | 40.7 | 40.9 | 41.0 |
| 17. Egypt | 34.1 | 36.0 | 38.3 | 40.9 | 43.9 | 47.4 |
| 18. Italy | 34.5 | 35.8 | 36.2 | 37.2 | 37.5 | 37.7 |
| 19. Spain | 30.5 | 31.6 | 32.3 | 33.0 | 33.5 | 33.9 |
| 20. Canada | 27.7 | 28.3 | 28.8 | 29.4 | 29.9 | 30.4 |
| 21. Argentina | 25.0 | 27.1 | 29.0 | 29.8 | 30.5 | 31.1 |
| 22. Colombia | 24.2 | 26.5 | 28.6 | 29.4 | 30.5 | 31.3 |
| 23. Thailand | 22.7 | 24.3 | 26.0 | 27.6 | 29.1 | 30.6 |
| 24. Poland | 22.6 | 22.9 | 23.3 | 23.7 | 24.0 | 24.3 |
| 25. South Africa | 20.1 | 22.7 | 25.0 | 27.2 | 29.2 | 30.9 |
| Worldwide*** | 2,692.9 | 2,892.7 | 3,072.6 | 3,246.3 | 3,419.9 | 3,600.2 |

Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

181948

www.eMarketer.com

Sumber: https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media

Data Rate Publikasi

Bisnis Indonesia

| IKLAN PAKET (Paket 26x terbit; Setiap hari Senin - Sabtu) | |
|---|-------------|
| Muka (Face Ad) Uk:170 mm x 40 mm FC | |
| Hal 1 | 220.000.000 |
| Cover Suplement | 150.000.000 |
| Kuping (Ear Ad) FC Uk. 70 mm x 40 mm FC | |
| Hal 1 | 110.000.000 |
| Cover Suplement | 70.000.000 |
| Staple Tabel Keuangan (BW) | |
| Uk. 117 mm x 30 mm | 55.000.000 |
| Uk. 72 mm x 30 mm | 35.000.000 |
| Staple Ad Halaman 1 | |
| Headline (Uk. 72mm x 30mm) | 86.000.000 |
| Navigasi 1 (uk. 50 mm x 50 mm) | 90.000.000 |
| Navigasi 2 (uk. 50 mm x 50 mm) | 83.000.000 |
| Navigasi 3 (uk. 50 mm x 50 mm) | 83.000.000 |
| Kanan Bawah (uk. 72 mm x 30 mm) | 80.000.000 |
| Staple Ad Cover Suplement FC | |
| Uk. 72 mm x 30 mm | 53.000.000 |

| KLASIFIKASI (BW) | | |
|---------------------------------------|-------------|--|
| 30 hari terbit, Senin - Sabtu | | |
| Kolom | | Ketentuan Khusus Iklan Klasifikasi <ul style="list-style-type: none"> • Untuk pengambilan ukuran 1 kolom tersedia pemasangan 5 paket berurutan bonus 1 (produk yang sama), ukuran 2 kolom pemasangan 4 paket berurutan bonus 1 (produk yang sama), ukuran 3 kolom pemasangan 3 paket berurutan bonus 1 (produk yang sama), dan ukuran 8 kolom pemasangan 2 paket berurutan bonus 1 (produk yang sama). • Harga ½ paket (15 hari terbit) adalah 60% dari harga paket penuh • Harga ¼ paket (7 hari terbit) adalah 40% dari harga paket penuh • Pemasangan selang-seling dikenai surcharge 5% • Pemasangan iklan klasifikasi berdampingan dikenakan surcharge 5% untuk semua iklan yang didampingkan • Materi iklan boleh berganti versi setiap kali terbit, diterima oleh Bisnis Indonesia dalam kondisi siap terbit • Deadline Media Order H-1 (hari Kerja) pukul 10.00 wib • Deadline Materi Iklan H-1 (hari Kerja) pukul 12.00 wib • Pembatalan Media Order diatas pukul 10.00 wib pada H-1 (hari kerja) dikenakan cancellation fee 50%, diatas pukul 12.00 wib pada H-1 (hari kerja) dikenakan cancellation fee 100% dari harga netto (tidak termasuk PPN) • Materi eks tanggal harus disertai memo tertulis dan contoh materi |
| 1 Kol x 60mm | 11.000.000 | |
| 1 Kol x 80mm | 13.000.000 | |
| 1 Kol x 100mm | 15.000.000 | |
| Display | | |
| 2 Kol x 60mm | 22.000.000 | |
| 2 Kol x 80mm | 23.000.000 | |
| 2 Kol x 100mm | 30.000.000 | |
| 3 Kol x 100mm | 45.000.000 | |
| 3 Kol x 150mm | 67.500.000 | |
| 3 Kol x 200mm | 90.000.000 | |
| Banner | | |
| 8 Kol x 60mm | 84.000.000 | |
| 8 Kol x 80mm | 112.000.000 | |
| 8 Kol x 100mm | 140.000.000 | |
| Deal Bisnis (per baris = 38 karakter) | | |
| 3 - 4 Baris | 900.000 | |
| 5 - 6 Baris | 1.350.000 | |
| 7 - 8 Baris | 1.800.000 | |
| 9 - 10 Baris | 2.250.000 | |

Sumber: <http://www.bisnis.com/big-media/tarif-iklan-2015.html>

Rate Iklan Koran Kompas

Tarif Iklan Klasika

Iklan Klasika berada di section khusus iklan, yaitu lembar Klasika. Dengan bidang cetak yang sama (325 mm), halaman Klasika dibagi menjadi 9 kolom dengan lebar satu kolom 33 mm. Halaman Klasika memiliki posisi unik karena seluruhnya berisi iklan, sehingga diminati pembaca sebagai marketplace untuk memenuhi kebutuhan mereka. Halaman Klasika juga memberikan fleksibilitas beriklan yang menjangkau banyak pemasang iklan. Halaman Klasika terbit berdasarkan dua zona, Batavia (dengan lingkup edar Jabodetabek) dan Nusantara (dengan lingkup edar sampai ke seluruh Indonesia).

Display Batavia (per mmk)

Hitam-Putih
(min 40 mmk) Rp 67.000,00

Berwarna
(min 810 mmk) Rp 101.000,00

Display Nusantara (per mmk)

Hitam-Putih
(min 40 mmk) Rp 79.000,00

Berwarna
(min 810 mmk) Rp 122.000,00

Sumber: <http://profile.print.kompas.com/tarif-iklan/>

Advertising fresh

| Paket <i>extra</i> | Paket <i>power</i> | Paket <i>ultimate</i> |
|--|--|---|
| Rp 5.000.000 | Rp 6.000.000 | Rp 12.000.000 |
| Jumlah klik 4.000 Belum termasuk pajak ppn 10% Tampil di DetikNews, detiksport, Lifestyle, Community Posisi medium rectangle, skycrappier, native, static banner Estimasi hari tidak ada Laporan 2 Kali | Jumlah klik 5.000 Belum termasuk pajak ppn 10% Tampil di DetikNews, detiksport, Lifestyle, Community Posisi medium rectangle, skycrappier, native, static banner Estimasi hari tidak ada Laporan 2 Kali | Jumlah klik 10.000 Belum termasuk pajak ppn 10% Tampil di DetikNews, detiksport, Lifestyle, Community Posisi medium rectangle, skycrappier, native, static banner Estimasi hari tidak ada Laporan 2 Kali |

Sumber: <http://www.advertisingfresh.com/iklan-detik.php>

Setelah (After):

Perhitungan *Media Coveragenya* adalah sbb:

1. **MetrotvNews:** <http://ekonomi.metrotvnews.com/read/2015/11/28/455322/ditjen-pajak-sosialisasi-pengisian-spt-ke-pelaku-umkm>

Rp 50.000.000 x 3 = Rp 150.000.000

2. **Wiki DPR:** <http://wikidpr.org/news/detiknews-ditjen-pajak-sosialisasi-pengisian-spt-ke-pelaku-umkm>

Rp 15.000.000 x 3 = Rp 45.000.000

3. **CSR Indonesia:** <http://csr-indonesia.com/2015/11/binus-dan-kanwil-djp-jakbar-sosialisasi-pajak-bagi-pengembangan-umkm-untuk-indonesia-mandiri-maju-adil-dan-makmur/>

Rp 15.000.000 x 3 = Rp 45.000.000

ROI:

Biaya Pembuatan Website Rp. 75.000.000,-

ROI bisa juga diartikan sebagai rasio laba bersih terhadap biaya. Rumus menghitung ROI adalah sebagai berikut :

$$\text{ROI} = (\text{Total Penjualan} - \text{Investasi}) / \text{Investasi} \times 100\%$$

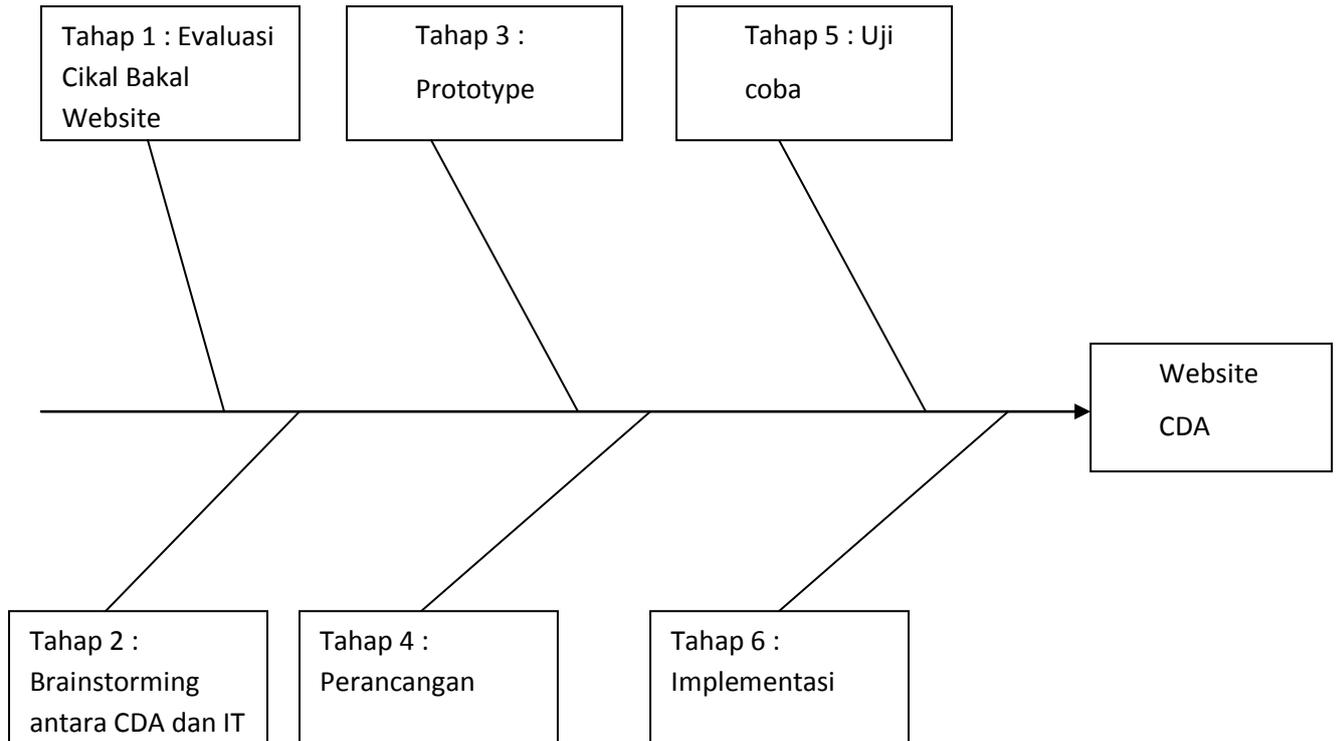
investasi pembuatan Website sebesar Rp 50.000.000.

Publikasi pertahun yang diterima Rp 240.000.000

Maka secara sederhana perhitungan ROI dalam presentase adalah = $((\text{Rp } 240.000.000 - \text{Rp } 75.000.000) / \text{Rp } 75.000.000) \times 100\%$ adalah sebesar 220%. Maka dapat disimpulkan tingkat ROI nya adalah sebesar 220%

6. Resiko Proyek (*ProjectRisk*)

Manajemen waktu : menyesuaikan waktu perancangan website oleh TIM IT dengan kendala-kendala yang mungkin terjadi pada saat perancangan. Kendala-kendala tersebut digambarkan



Apabila design website ini tidak direalisasikan dampaknya adalah:

1. Kesulitan publikasi event social activities
2. Keterbatasan dana karena event yang diselenggarakan tidak disupport oleh banyak partner
3. Knowledge Management tentang kegiatan social melalui digital content tidak dapat dijangkau oleh seluruh pelosok nusantara
4. BINUS sebagai lembaga yang populer dengan IT memiliki kapasitas untuk mewujudkan website ini namun jauh dari jangkauan masyarakat
5. Proses dalam mendukung program pemerintah yakni RPJMN, SDGs, Nawa Cita agak terlambat dan terhambat.
6. BINUS terkesan kurang transparansi dalam Knowledge Management yang dapat dijangkau oleh Pemerintah, Masyarakat dan mitra yang lainnya.
7. Aktivitas PPM oleh Dosen tidak terpublikasi secara Online.

LAMPIRAN (APPENDIX)

A.1 <Judul Lampiran / Titles of Appendix>

Blog CDA

