

Tugas akhir ini bertujuan untuk mengobservasi peran tenaga pemasaran dan menilai performa situs web resmi di Wisma Bahasa. Kegiatan observasi dilakukan selama dua bulan periode praktek kerja lapangan yang berlangsung pada 22 Januari hingga 19 Maret 2018 di Wisma Bahasa. Selama periode praktek kerja lapangan, penulis menemukan bahwa Wisma Bahasa menggunakan *soft marketing* sebagai strategi pemasaran, dan situs web resmi sebagai salah satu media promosi. Dikarenakan oleh target pasar mereka yang berada di luar negeri, sangatlah penting bagi Wisma Bahasa untuk menggunakan situs web sebagai media pemasaran. Mempertimbangkan pentingnya hal tersebut, penulis telah menganalisis situs web resmi Wisma Bahasa guna menilai performa situs web dan diharapkan dapat mengembangkan situs web tersebut kedepannya.

Penulis menggunakan metode analisis primer dan sekunder. Selama periode praktek kerja lapangan, penulis telah melakukan wawancara dengan setiap manager dari lima divisi dan petugas Teknologi Informasi di Wisma Bahasa. Observasi langsung dan studi pustaka telah dilakukan guna membantu penulis dalam mengumpulkan data dan membandingkannya dengan teori yang telah ditemukan sesuai dengan metode analisis perbandingan yang digunakan oleh penulis. Data yang terkumpul disajikan dalam bentuk deskriptif disertai dengan cuplikan layar situs web resmi Wisma Bahasa.

Dari keenam elemen persyaratan situs web resmi standar, Wisma Bahasa telah memenuhi lima diantaranya yaitu *navigation*, *company description*, *search bar*, *billboard*, dan *corporate blog*. Berhubung Wisma Bahasa telah memenuhi persyaratan situs web resmi dan situs web Wisma Bahasa tergolong standar, hal itu mempermudah dalam hal promosi dan pemasaran, seiring dengan efektifitas situs web yang membantu pengunjung dalam memahami konten web dan mempermudah mereka dalam berkomunikasi dengan pihak Wisma Bahasa.

Keywords : Pemasaran, Situs web resmi, Wisma Bahasa.

ABSTRACT

This graduating paper aims to observe the marketing role and to assist the official website's performance of Wisma Bahasa. The observation had done during two months of internship period from January 22nd until March 19th 2018 in Wisma Bahasa. During the internship, the writer found that Wisma Bahasa is using soft marketing as their marketing strategy, and one of the marketing media is website. As their target market IS abroad, it is important for Wisma Bahasa to use website as their marketing media. Considering that importance, the writer has analyzed Wisma Bahasa's official website in order to assist its performance and hopefully can help to improve the website in the future.

The writer has used primary and secondary analysis methods to analyze the official website of Wisma Bahasa. During the internship period, the writer has interviewed each manager of the five divisions and the Information Technology (IT) officer in Wisma Bahasa. Direct observation and library study were done to help the writer in collecting the data and comparing it with the theories as the writer uses comparative analysis to analyze the data. The data were presented in descriptive presentation attached with printscreens of Wisma Bahasa's official website.

Among the six requirements of a standard website, Wisma Bahasa has applied five of them which are the navigation, company description, search bar, billboard, and corporate blog. Since Wisma Bahasa has fulfilled the requirement and the website is considered standard, it helps in promotion and marketing, as the effectiveness of the website help the visitors to understand the content of the website, and ease them to communicate with Wisma Bahasa.

Keywords : Marketing, Official Website, Wisma Bahasa.