

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan sajian data dan analisis data yang dilakukan pada bab sebelumnya, didapat hasil penelitian dan dapat ditarik kesimpulan bahwa Biro Penmaru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan *promotional mix* sebagai strategi promosi yang bertujuan untuk membangun *brand awareness* kepada masyarakat tentang UMY dan menjaring calon mahasiswa baru.

Biro Penmaru UMY menetapkan siswa-siswi SMA/Sederajat kelas XII sebagai target pasar mereka dimana mereka sedang mencari universitas untuk melanjutkan jenjang pendidikannya. Target audiens mereka selain para siswa/siswi, orang tua sebagai *decision maker* juga menjadi target promosi mereka. UMY membangun citra kampus yang berkelas internasional dengan memrancang pesan “*Muda Mendunia*” dan menyandingkannya dengan beberapa penghargaan yang pernah diraih pada tingkat internasional dan institusi global yang bekerja sama dengan UMY pada setiap iklannya. Biro Penmaru UMY bekerja sama dengan Badan Harian & Protokol (BHP) dalam melaksanakan kegiatan promosi. Biro Penmaru melakukan bagian saluran komunikasi *personal*, sedangkan BHP melakukan bagian saluran komunikasi *non-personal*. *Promotional mix* yang digunakan oleh Biro Penmaru UMY terbagi menjadi dua saluran. Pada saluran *personal*, Biro Penmaru UMY menggunakan yaitu *roadshow*, pameran pendidikan, kunjungan wisata kampus, dan mudik promosi. Sedangkan pada saluran *non-personal* menggunakan media massa seperti koran, televisi, radio,

billboard dan media *internet* seperti *website* dan sosial media. UMY menggunakan *Objective-and-Task method* dalam melakukan penganggaran atau *budgeting*, yaitu dimana dana telah disiapkan khusus untuk kegiatan promosi. Namun berdasarkan hasil penelitian, kegiatan pendanaan yang kemudian disebar ke berbagai prodi dan diatur secara otonom menjadi sebuah kelemahan. Dimana kemudian dana yang dibagikan kepada prodi dan diatur secara otonom tidak jelas apakah benar digunakan untuk kegiatan promosi atau malah digunakan untuk kegiatan lain.

Evaluasi yang dilakukan Biro Penmaru UMY dilakukan dengan dua metode. Yang pertama adalah secara periodik, biasa 3 bulan sekali dan insidental. Kemudian evaluasi akhir, dimana pada evaluasi akhir ini membahas tentang evaluasi menyeluruh dari penerimaan mahasiswa baru dan tentunya kegiatan promosi, bagaimana promosi yang dilakukan, mana yang paling efektif dan strategis dalam menarik calon mahasiswa baru. Untuk evaluasi tahun 2015, secara keseluruhan bagus karena mengalami peningkatan jumlah pendaftar.

B. SARAN

Secara garis besar, strategi promosi yang dilakukan oleh Biro Penmaru UMY sudah baik dan efektif untuk menarik calon mahasiswa baru sesuai dengan tahapan pengembangan komunikasi terintegrasi, mulai dari penetapan target audiens yaitu siswa/i SMA kelas XII, kemudian menyampaikan pesan yaitu “Muda Mendunia”, lalu pemilihan saluran komunikasi baik *personal* maupun *non-personal*, *budgeting* sampai evaluasi baik itu evaluasi berkala maupun evaluasi

akhir sudah dilakukan dengan baik oleh tim promosi dari Biro Penmaru UMY. Sedikit kekurangan yaitu dalam tahap *budgeting* yaitu pengoperasian dana yang dibagikan oleh Penmaru kemudian dikelola secara otonom oleh masing-masing prodi. Pengelolaan dana secara otonom akan menyulitkan Biro Penmaru dalam pengendalian dana, apakah digunakan untuk kegiatan promosi atau digunakan untuk yang lainnya. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar dana promosi dikelola secara terpadu oleh Biro Penmaru sehingga dana yang dikeluarkan tetap optimal untuk kegiatan promosi. Kalaupun harus dibagikan dan dikelola secara otonom oleh prodi masing-masing karena prodi yang mengetahui kebutuhan promosi mereka, disarankan agar menunjuk penanggung jawab yang benar-benar kredibel dalam hal pengelolaan dan promosi di masing-masing prodi.

Untuk penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk mengangkat masalah tentang strategi kreatif pesan yang dimiliki oleh UMY, bagaimana proses kreatif yang dilakukan dari proses pembuatan pesan sampai dengan pembuatan iklan menjadi satu topik yang menarik untuk dibahas.