

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan hasil analisa penelitian mengenai hal yang berhubungan dengan perencanaan bauran promosi yang dilakukan oleh Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah mahasiswa baru tahun akademik 2011/2012, maka kesimpulan yang dapat diambil sehubungan dengan tema penelitian adalah :

1. Sebagai langkah awal dalam proses penentuan strategi promosi, Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan analisis SWOT dan melakukan tujuh tahapan proses pengembangan kegiatan promosi yaitu mengidentifikasi *audiens* sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, mengalokasikan total anggaran promosi, memutuskan mengenai bauran promosi, dan mengukur hasil promosi.
2. Dalam melaksanakan kegiatan strategi promosi, Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan lima elemen bauran promosi yaitu *personal selling*, *advertising*, *sales promotion*, *public relations*, dan *direct marketing*. Strategi promosi yang dibuat dan selanjutnya akan ditangani serta dijalankan Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang bekerja sama sekolah-sekolah SMA di Jawa maupun di Luar Jawa. Untuk

melengkapi dan memudahkan dalam menyalurkan informasi, maka Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta mencetak materi-materi promosi seperti brosur, poster, baliho, *billboard* dan CD *company profile*. Dalam pelaksanaan kegiatan promosinya Biro Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menggunakan anggaran dari universitas.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, ada beberapa saran yang coba diberikan peneliti sebagai masukan bagi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yaitu sebagai berikut :

1. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta masih harus lebih memaksimalkan media luar ruang yang selama ini sudah ataupun belum digunakan. Untuk lokasi pemasangan papan petunjuk jalan ada baiknya ditambah lagi sehingga memudahkan calon mahasiswa baru yang berasal dari luar kota untuk mengetahui keberadaan kampus Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Biro Penerimaan Mahasiswa Baru dapat melakukan *research* untuk mengetahui tingkat pengetahuan, anggapan, maupun tanggapan atau bahkan harapan pelajar SMA terhadap Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, untuk mendukung dalam pemilihan berita maupun penentuan media yang tepat dalam melakukan aktivitas promosi dalam menarik calon mahasiswa yang sebanyak-banyaknya.

3. Biro Penerimaan Mahasiswa Baru dapat mengumpulkan data alumni yang berhasil sehingga alumni tersebut dapat dilibatkan dalam komunikasi personal dalam berpromosi dengan target sasaran.