

BAB IV

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan temuan data yang telah penulis paparkan, penulis mengambil kesimpulan bahwa Unwira menerapkan promosi penerimaan mahasiswa baru melalui *facebook* dalam beberapa bentuk promosi yaitu poster, spanduk, leaflet, brosur, video promosi, dan video expo. Beberapa bentuk promosi penerimaan mahasiswa baru melalui *facebook* tersebut, masuk dalam tiga jenis promosi yaitu iklan, *sales promotion*, dan publisitas. Dalam proses pembuatan poster, video promosi, video expo serta promosi lainnya Unwira menggunakan 4 tahap perencanaan komunikasi mulai dari tahap pengumpulan data, perencanaan, komunikasi hingga promosi. Hal ini memudahkan divisi promosi untuk menentukan hal yang harus di promosikan. Penggunaan media sosial *facebook* sebagai salah satu sarana promosi di Unwira dianggap sangat membantu karena minim biaya promosi, tidak memerlukan waktu lama dalam penyebarannya dan menghemat tenaga.

1.2. Saran

Unwira telah menjalankan fungsi promosi dengan baik, terlebih pada kegiatan promosi penerimaan mahasiswa baru. Lewat kegiatan promosi, Unwira siap bersaing dan menjual produk unggulan yang dimiliki seperti fasilitas belajar mengajar, fakultas dan program studi, serta berbagai hal menarik lainnya. Saran

dari penulis, usaha untuk bersaing harus lebih ditingkatkan dalam artian divisi kerja sama dan promosi harus lebih kreatif membuat kegiatan promosi demi menjaga citra Universitas. Kegiatan promosi diharapkan menjangkau khalayak lebih luas terutama anak muda yang bakal menjadi calon mahasiswa. Promosi melalui media sosial harus lebih direncanakan agar konten yang dimuat menarik perhatian khalayak. Selain media sosial *facebook* Unwira juga diharapkan menggunakan media sosial lainnya untuk kegiatan promosi seperti *Instagram*. Karena makin berkembangnya jaman, informasi makin mudah didapat melalui media sosial yang ada disekitar kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Andi.Pemasaran Jasa,Green Marketing, Enterpreneurial Marketing,
E-Marketing,Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono. 1997. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset
- Indriyo Gitosudarmo. 1997. Manajemen Pemasaran.Yogyakarta: BPFE
- Michael Haenlein.2010.”The challenges and opportunities of Social Media”:Users
of the world, unit. (Business Horizons 2010: 59-68
- Rangkuti,Freddy.2019. Strategi Promosi yang kreatif dan Analisis Kasus
Integrated Marketing
- Rulli Nasrullah.2017.Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya,
dan Sosioteknologi.Bandung: Remaja Rosdakarya
- Setyaningrum,Ari, et.al. 2015. Prinsip-prinsip Pemasaran-Plus Tren Terkini
- Jurnal komunikasi,ISSN 1907-898X Volume 8, Nomor 2,April 2014
- eJournal Ilmu Komunikasi, 2017,5(1):13-23
- Bouk,Hendrikus.2011.diktat kuliah Perkembangan Teknologi Komunikasi,
hal. 27-49
- Non Publikasi :
- www.unwira.ac.id
- <http://www.nttonlinenow.com/new-2016/2017/01/18/jumlah-perguruan-tinggi-bertambah-nttbutuh-kopertis/>