

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Darmajaya adalah salah satu institusi pendidikan tinggi swasta (PTS) terkemuka di Provinsi Lampung, berdiri pada tahun 1995, dibawah naungan Yayasan Pendidikan Alfian Husin. Nama "DARMAJAYA", memiliki arti " Dharma Bhakti dan Jasa Yoenidar Alfian". Kampus Terpadu Darmajaya dibangun diatas tanah seluas 2,5 hektar, yang beralamat di jalan Zainal Abidin Pagar Alam, No.93B. Labuhan Ratu, Bandar Lampung, Provinsi Lampung, Indonesia. Program Pendidikan dan Bidang Keilmuan yang diselenggarakan hingga saat ini adalah Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE), total program studi yang diselenggarakan berjumlah 8 (delapan) program studi, yaitu masing-masing antara lain : STMIK (Teknik Informatika-S1, Sistem Komputer -S1, Sistem Informasi-S1, Manajemen Informatika-D3, Teknik Komputer-D3) dan STIE (Manajemen-S1, Akuntansi-S1, Akuntansi-D3). Humas Darmajaya Bandar Lampung memiliki beberapa peranan penting, salah satunya adalah penerimaan mahasiswa baru, untuk menarik minat calon mahasiswa baru perlu adanya pemasaran agar calon mahasiswa baru yakin bahwa IIB Darmajaya Bandar Lampung merupakan perguruan tinggi yang tepat untuk melanjutkan pendidikan. Ada beberapa bentuk pemasaran, baik secara langsung dan digital. Pemasaran Penerimaan Mahasiswa Baru Via Sosial Media merupakan salah satu upaya pemasaran atau promosi institusi secara digital. Dalam kasus kali ini penulis bekerja sama dengan Humas IIB Darmajaya Bandar Lampung dan juga salah satu komunitas institusi yaitu Putera Puteri Kampus Darmajaya sebagai agen pemasaran menggunakan sosial media pribadi masing masing melalui platform Instagram secara rutin setiap harinya selama kurang lebih sebulan, terhitung dari 1 Februari 2022 sampai dengan 5 Maret 2022.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kerja praktek maka saran yang dapat penulis berikan dalam laporan ini sebagai pelaksana program kerja praktek adalah :

1. Melakukan pemasaran via sosial media dengan platform dan cakupan yang lebih luas
2. Membuat konten atau tema yang berbeda dalam postingan agar tidak monoton
3. Membentuk tim khusus yang bergerak di pemasaran secara digital sebagai agen pemasaran
4. Menentukan jadwal yang tetap dan pasti dalam hal pengumpulan data hasil pemasaran yang dilakukan agen kepada analisis
5. Hasil analisa disusun dalam berbagai bentuk seperti grafik dan chart agar lebih beragam

