

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

A Kesimpulan

Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie pada dasarnya merupakan kampus yang memberikan kontribusi yang besar untuk jurusan bisnis, terutama dalam jurusan manajemen dan akuntansi. Sejak kampus ini berdid pada tahun 1993, kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie telah menggunakan strategi komunikasi pemasaran yang efektif.

Memang pada dasarnya iklan-iklan radio yang dikeluarkan oleh kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie hanya untuk *branding* saja, tetapi strategi-strategi komunikasi pemasaran lainnya juga tentunya berperan dalam meningkatkan citra kampus ini di mata publik. Strategi-strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh pihak kampus memang sudah baik, karena kampus ini gencar melakukan pemasaran dengan menggunakan banyak jenis media. Dari semua strategi promosi yang digunakan, menurut ibu Ellynia, yang paling efektif adalah promosi melalui presentasi secara langsung, yang di mana metode presentasi merupakan sesuatu yang dianggap berpotensi. Metode presentasi yang digunakan adalah bagaimana tim marketing itu menyampaikan informasi mengenai kampus Kwik Kian Gie ke sekolah-sekolah, dengan menggunakan materi presentasi yang sama untuk setiap staff marketing, tetapi itu bergantung kepada cara pembawaan dari masing-masing staff *marketing* selama ia melakukan presentasi di sekolah.

Iklan radio sendiri, digunakan oleh pihak kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie karena untuk menjadi tambahan dari strategi branding.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Strategi-strategi lainnya yang telah dilakukan oleh kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, seperti pemasangan spanduk, leaflet, billboard, poster, juga untuk menjadi tambahan strategi branding karena kampus ini sudah diketahui oleh masyarakat luas.

Iklan radio kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sendiri mempunyai tujuan yang sama, yaitu memberitahukan masyarakat yang khususnya anak-anak SMA kelas 3 (tiga), untuk mendaftar di kampus IBII yang sudah berganti nama menjadi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Keputusan pihak kampus untuk memasang iklannya di stasiun radio Gen FM sudah tepat karena segmentasi atau sasaran pasar untuk iklan ini adalah untuk anak muda, sehingga bisa dikatakan, bahwa iklan ini memang cocok disiarkan di Gen FM. Anak-anak muda yang kebetulan sedang mendengarkan iklan radio kampus ini, terutama anak-anak sekolah menengah atas yang sedang bingung memilih kampus yang akan menjadi tempat mereka melanjutkan pendidikannya, jadi mengetahui bahwa kampus ini telah berganti nama, dan juga mendaftar ke kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie adalah pilihan yang tepat.

B. Saran

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Saran Akademis

Bagi mahasiswa yang akan meneliti tentang penelitian yang serupa yaitu tentang strategi komunikasi pemasaran, diharapkan untuk mengembangkan penelitiannya serta melakukan penelitian yang lebih mendalam dari penelitian-penelitian tentang strategi komunikasi pemasaran yang sudah ada.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Saran Praktis

- Ⓒ Dalam sebuah iklan, khususnya iklan yang ditayangkan di media televisi dan media radio, pastinya iklan-iklan yang ditayangkan kebanyakan menggunakan *product knowledge* atau pengetahuan tentang produk dalam iklan, langsung menjurus ke produk, dan segala macamnya. Konsep iklan radio seperti ini sudah benar di mana iklan ini menggunakan tema yang tidak biasa, sehingga para pendengar seakan terbawa ke dunia iklan. Kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie memang membuat iklan radio untuk dipasarkan ke Gen FM hanya untuk *branding* saja, biarpun tidak ditayangkan secara sering. Selama beberapa tahun terakhir ini memang tidak ada penurunan jumlah calon mahasiswa yang mendaftar di kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Tetapi alangkah baiknya jika kampus Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dapat meningkatkan komunikasi pemasar dalam mempromosikan kampus ini, sehingga akan ada efek positif dari strategi komunikasi pemasaran yang digunakan.

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.