

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil setelah melakukan penelitian di Biro Kemahasiswaan adalah sebagai berikut :

Bidang Penalaran dan Kreatifitas melakukan identifikasi yang dituju pada PKM dengan segmentasi khalayak sasaran adalah mahasiswa yang merupakan semester 3 hingga semester 5 dan dosen untuk dijadikan dosen pendamping penyusunan proposal. Secara umum isi pesan yang disampaikan tentang informasi dasar mengenai Program Kreatifitas Mahasiswa (PKM). Penggunaan saluran media menggunakan media online seperti *WhatsApp, Instagram, dan Youtube*. Sedangkan media offline seperti surat yang didistribusikan ke prodi yang ada di UNAS. Komunikator atau penyampai pesan merupakan Kepala Bidang Penalaran dan Kreatifitas dan juga Staf Bidang Penalaran dan Kreatifitas. Efek komunikasi yang terjadi pada kegiatan promosi PKM adalah pesan-pesan komunikasi yang disampaikan kurang mampu menarik perhatian mahasiswa untuk mendaftar PKM ke Biro Kemahasiswaan dikarenakan yang mendaftar hanya sedikit dan tidak sebanding dengan jumlah mahasiswa aktif UNAS.

Maka dari itu, skripsi ini tidak hanya berisi analisa namun juga rancangan mengenai strategi komunikasi dalam mempromosikan Program Kreatifitas Mahasiswa (PKM) yang sudah di uji coba dan terdapat penambahan jumlah peserta sebanyak 34 orang dari Program Kreatifitas Mahasiswa (PKM) sebelumnya. Jadi,

rancangan ini layak untuk dijadikan Strategi Komunikasi Bidang Penalaran dan Kreatifitas Biro Administrasi Kemahasiswaan dalam menyebarkan dan mempromosikan Program Kreatifitas Mahasiswa (PKM) pada tahun-tahun berikutnya.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut di atas, Penulis menyarankan agar :

1. Sebaiknya pada tahap *Planning*, Bidang Penalaran dan Kreatifitas melakukan analisis situasi eksternal dengan mengamati Strategi Komunikasi Universitas lain yang sukses dalam menarik perhatian mahasiswa, sehingga dapat dijadikan bahan perbandingan dan perbaikan dalam menyusun perencanaan Program Kreatifitas Mahasiswa di tahun berikutnya. Seperti Universitas Indonesia, dalam menarik perhatian mahasiswa melakukan roadshow fakultas dan mengunggahnya ke akun *Instagram* milik pribadi Universitas Indonesia yang dikemas dengan sangat menarik dengan desain yang unik, lain halnya dengan Universitas Gadjah Mada dalam menarik perhatian mahasiswa memberikan nama-nama program yang unik dan diunggahnya ke akun *Instagram* Pribadi mereka seperti PKM Center UGM Buka Lapak, PKM Center UGM Buka Warung, PKM Center UGM Cari Jodoh, dan diberikan insentif sebesar 250 ribu rupiah per proposal, sedangkan Universitas Islam Indonesia berdasarkan hasil pengamatan penulis jauh lebih terstruktur dalam menyampaikan pesan di *Instagram* seperti intens mengadakan sosialisasi PKM, dan menjadikan

kegiatan PKM jauh lebih mengasyikan namun juga edukatif dengan mengadakan bimbingan penyusunan proposal dengan camping di alam bebas bersama dosen pembimbing dan juga mengundang reviewer nasional agar dapat langsung dilakukan perbaikan teknik penulisan.

2. Penyebaran informasi dapat menggunakan media bantu berupa *Instagram* agar seluruh mahasiswa yang tertarik dengan informasi PKM dapat mencari tahu sendiri, tidak hanya disebar melalui Grup *WhatsApp* PKM saja yang mana hanya anggota yang dapat mengakses informasi tersebut.
3. Sebaiknya kegiatan promosi PKM minimal dilakukan sejak enam bulan sebelumnya agar penyusunan strategi komunikasi seperti menentukan sasaran, pesan komunikasi, media komunikasi yang dipilih, komunikator, efek komunikasi yang diharapkan, serta langkah-langkah strategi komunikasi dengan POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling), sehingga dengan dilakukannya penyusunan dan langkah strategi komunikasi yang mantang dapat terlaksana dengan maksimal.
4. Sebaiknya Bidang Penalaran dan Kreatifitas Biro Kemahasiswaan gencar melaksanakan sosialisasi PKM minimal sejak enam bulan sebelumnya, hal ini dilakukan guna penyebarluasan pesan dapat menjangkau seluruh mahasiswa UNAS dan memaksimalkan Promosi PKM tersebut.
5. Sebaiknya untuk Program Kreatifitas Mahasiswa (PKM) di tahun 2023 Bidang Penalaran dan Kreatifitas Biro Kemahasiswaan melakukan survei kepuasan dan terbuka dengan saran dan kritik dari mahasiswa peserta PKM.