

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan peneliti mengenai “Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Metro” maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Promosi melalui media sosial yang dilakukan Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Metro (UMM) dalam menarik minat calon mahasiswa baru telah mencapai tingkat yang baik.
2. Media Sosial Sebagai Sarana Promosi juga telah terbukti memberikan manfaat atau pengaruh yang cukup Efektif. Dengan promosi melalui media sosial memberikan peningkatan akses kepada calon mahasiswa agar mendapatkan informasi secara mudah dan cepat mengenai Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Metro (UMM)
3. Terdapat pengaruh signifikan Antara Media Sosial Sebagai Sarana Promosi terhadap Minat Mahasiswa Baru Fakultas Agama Islam (FAI) hal ini di dukung berdasarkan Uji yang dilakukan yaitu Uji Regresi Linear Sederhana, dari hasil tersebut terdapat nilai signifikansi (Sig) dari variable X sebesar 0,01 dan hasil ini lebih kecil dibandingkan nilai probabilitas yaitu 0,05 dari data ini dapat di simpulkan bahwa media Sosial sebagai sarana promosi sebagai variable X dikatakan efektif dalam menarik minat mahasiswa baru karna nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan untuk Uji T nya terdapat Nilai t_{hitung} pada Media Sosial Media Sebagai Sarana Promosi adalah 3.869. pada derajat bebas (df) = $N - 2 = 84 - 2 = 82$ maka ditemukan t_{tabel} sebesar 0,2146 maka dapat ditarik kesimpulan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.869 > 0.2146$) hal ini membuat H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti adanya pengaruh Media Sosial sebagai Sarana Promosi terhadap Minat Calon Mahasiswa. Dan dari pengolahan data ini dapat menjadi jawaban atas rumusan masalah nomor 1 yaitu “Bagaimana

efektivitas media sosial sebagai sarana promosi Fakultas Agama Islam dalam menarik minat calon mahasiswa baru”.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, berikut beberapa saran yang dapat diberikan pada penelitian ini, maka penulis menuliskan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peneliti berharap kepada Univeristas Muhammadiyah Metro khusus nya bagian promosi agar lebih baik lagi dan lebih memberikan kesan menarik terhadap promosi yang dilakukan di Media Sosial agar dapat menarik minat masyarakat baik di kota metro maupun luar kota metro
2. Peneliti berharap agar lebih di maksimalkan lagi penggunaan media social sebagai tempat promosi di karna kan semakin berkembang nya zaman maka media social lebih ramai digunakan.
3. Peneliti berharap untuk peneliti selanjutnya agar mengkaji lebih jauh atau luas lagi tentang media sosial sebagai tempat promosi.