

## LAMPIRAN

### Transkrip Wawancara

Nama : Fitria Yuliani

Jabatan: : Humas

1. Kegiatan apa saja yang dilakukan Humas untuk melakukan promosi Universitas Pignatelli Triputra?

Jawab :

Universitas Pignatelli Triputra melakukan banyak kegiatan promosi dengan berbagai cara seperti iklan, promosi secara langsung dengan melakukan Expo-Expo Kunjungan ke SMA atau SMK di Soloraya, dan *update* dengan media sosial.

2. Media dan sarana apa saja yang digunakan oleh Universitas Pignatelli Triputra dalam menunjang program maupun informasi kepada calon mahasiswa?

Jawab :

Media dan sarana yang aktif digunakan adalah sosial media Instagram. Lainnya ada *Website* dan *Youtube*.

3. Apakah Universitas Pignatelli Triputra menerapkan sistem *sponsorship*? Jelaskan dan berikan contohnya!

Jawab :

Ya, Universitas Pignatelli Triputra menerapkan sistem *sponsorship*. Kami bekerjasama dengan beberapa akun media sosial yang terkenal di Solo untuk mempromosikan yang harus dipromosikan, seperti saat penerimaan mahasiswa baru, kampus kami membutuhkan dosen, dan lainnya. Dengan harapan banyak masyarakat khususnya anak-anak yang baru lulus SMA atau yang masih SMA melihat postingan akun media sosial tersebut dan tertarik dengan Universitas Pignatelli Triputra.

4. Bagaimana Universitas Pignatelli Triputra menggunakan sosial media sebagai sarana promosi dan penjualan?

Jawab :

Universitas Pignatelli Triputra menerapkan iklan atau promosinya melalui Instagram dan Edu Expo Kunjungan ke berbagai SMA. Dalam promosi tersebut, Universitas Pignatelli Triputra menyediakan berbagai informasi dan kegiatan kampus bagi calon mahasiswa yang tertarik mendaftarkan diri.

5. Bagaimana cara Universitas Pignatelli Triputra dalam menjalin hubungan dengan masyarakat atau calon mahasiswa? Apakah ada strategi khusus dalam mencari calon mahasiswa?

Jawab :

Seperti yang sudah dijelaskan tadi, dalam menjalin hubungan dengan masyarakat atau calon mahasiswa itu kami biasanya melakukan kegiatan Expo Kunjungan ke SMA atau SMK dengan tujuan mengenalkan kampus kami dan menarik calon mahasiswa.

6. Apakah ada hubungan Universitas Pignatelli Triputra dengan beberapa kampus lainnya?

Jawab :

Ya, ada hubungan. Universitas Pignatelli Triputra dengan Universitas Sanata Dharma itu dua kampus dengan latarbelakang agama Khatolik dan beberapa dosen yang berada di Universitas Pignatelli Triputra merupakan dosen Universitas Sanata Dharma. Universitas Pignatelli Triputra pernah melakukan kunjungan dalam rangka meningkatkan kualitas organisasi dan pelayanan Universitas Pignatelli Triputra sebagai Universitas baru. Universitas Pignatelli Triputra dan Universitas Sanata Dharma berharap bisa melangsungkan kerja sama lebih luas ke wilayah tridharma. Universitas Pignatelli Triputra juga menjalin kerjasama Pendidikan dengan SAP University Alliance, perusahaan software multinasional.

7. Menurut pendapat anda, dengan semua program dan kegiatan yang telah dilakukan oleh Universitas Pignatelli Triputra dari kegiatan promosi hingga

kerjasama dengan pihak lain, apakah mampu untuk mencapai target yang diharapkan oleh kampus?

Jawab :

Universitas Pignatelli Triputra telah berusaha semaksimal mungkin agar capaian-capaian yang diharapkan terwujud. Dalam setiap program dan kegiatan seperti promosi, expo kunjungan, kerjasama dengan beberapa kampus atau instansi lainnya dilakukan untuk menunjang kampus Universitas Pignatelli Triputra agar lebih meningkatkan calon mahasiswa. Karena kampus ini termasuk baru namun, kedepannya tentu akan ada pengembangan-pengembangan semakin baik.

8. Dengan berbagai program dan kegiatan yang dilakukan Universitas Pignatelli Triputra, menurut anda apakah Universitas Pignatelli Triputra sudah menerapkan strategi Komunikasi Pemasaran terpadu/IMC (Integrated Marketing Communication) seperti iklan, promosi penjualan, kegiatan dan pengalaman, hubungan masyarakat pemasaran langsung, pemasaran interaktif, dan penjualan personal?

Jawab :

Menurut pengamatan dan pengalaman saya selama bekerja di Universitas Pignatelli Triputra, kampus ini sudah menerapkan IMC itu ya, seperti strategi untuk komunikasi pemasaran.

9. Bagaimana contoh iklan yang dilakukan Universitas Pignatelli Triputra?

Jawab :

Konsep iklan yang digunakan UPITRA adalah konsep promosi konten melalui media online, Instagram dan Youtube. Konten yang sudah dibentuk sedemikian rupa lalu upload melalui feed Instagram dan Youtube. Konten yang dibuat bermacam-macam ya, seperti mengenalkan kampus UPITRA, iklan PMB (Penerimaan Mahasiswa Baru) dan lain-lain. Melalui media sosial tersebut teman-teman alumni, followers dan juga masyarakat luas juga tahu tentang kampus ini. Kemudian kami juga mempromosikan iklan dengan media massa seperti melalui brosur, sticker, dan baliho.

10. Program apa saja yang diterapkan Universitas Pignatelli Triputra dalam melakukan promosi penjualan?

Jawab :

Promosi kami mempromosikan kampus Upitra media sosial, lagi-lagi di Instagram. Promosinya menarik sekali karena kami Universitas baru jadi promosi kami mendapatkan beasiswa up to 100%.

11. Bagaimana cara Universitas Pignatelli Triputra dalam menerapkan strategi kegiatan dan pengalaman?

Jawab :

*Event and experience* itu strategi kami yang baru. Kami melakukan *UPITRA E-Sport tournament for school*. Jadi memang khusus dibuat untuk siswa-siswa yang suka game. Jadi kemaren lomba game gitu. *Event* ini menarik dilakukan karena menjangkau banyak sekolah-sekolah khususnya siswanya untuk ikut lomba. Ikut lomba lalu menang kan kebanggaan tersendiri.

12. Bagaimana dengan penerapan hubungan masyarakat di Universitas Pignatelli Triputra?

Jawab :

Humas Upitra sebenarnya melakukan banyak hal, tapi yang menonjol di media sosial Instagram yaitu Upitra bekerjasama dengan beberapa Universitas lain seperti Sanata Dharma. Upitra ini seperti cloningan Sanata Dharma di Solo, harapannya Upitra semakin tahun bisa seperti Sanata Dharma juga sudah besar namanya. Kemudian dengan SAP University Alliance untuk menjalin kerjasama pendidikan untuk prodi baru yang ada di Upitra ini.

13. Bagaimana cara Universitas Pignatelli Triputra dalam menerapkan strategi pemasaran langsung?

Jawab :

Strategi pemasaran langsung kami melalui kegiatan Edu Expo. Edu Expo ini dilakukan untuk menarik perhatian calon mahasiswa. Jadi kami turun langsung ke sekolah-sekolah seperti SMA atau SMK di Solo Raya. Tujuannya utamanya untuk mengenalkan lebih jelas kepada siswa-siswi Upitra itu kampus lama tapi

sudah menjadi Universitas dan memiliki program studi baru. Kemudian tujuan lainnya juga untuk menarik mereka agar bisa mendaftar di Upitra.

14. Bagaimana cara Universitas Pignatelli Triputra dalam menerapkan pemasaran interaktif?

Jawab :

Pemasaran interaktif ini artinya melalui media online, sebenarnya ada secara offline juga untuk menyalani masyarakat khususnya calon mahasiswa. Pemasaran interaktif ini secara online ya, jadi lewat medsos Instagram. Di Instagram juga sudah terdapat beberapa hal seperti informasi kampus di *feed*, *highlight*, *reels*, dan lainnya. Kemudian terdapat fitur komen dan DM jadi bisa langsung bisa tanya-tanya dulu melalui komen atau langsung DM.

15. Bagaimana penerapan pemasaran dari mulut ke mulut di Universitas Pignatelli Triputra?

Jawab :

Untuk pemasaran dari mulut ke mulut ini dilakukan secara tertutup. Sebagian dari karyawan atau dosen melakukan ini, sebagian juga tidak. Jadi karyawan atau dosen yang melakukan kegiatan promosi itu menawarkan kepada saudara, keluarga, teman, atau tetangga, orang-orang terdekat yang ingin mendaftar di kampus Universitas Pignatelli Triputra.

16. Bagaimana penerapan penjualan personal di Universitas Pignatelli Triputra?

Jawab :

Untuk penjualan personal ini dilakukan sosialisasi ke berbagai SMA atau SMK di Solo. Penjualan personal mempresentasikan kampus UPITRA itu kampus seperti ini, memiliki program studi abcd kepada calon mahasiswa dan mahasiswi. Intinya mengenalkan kampus dan memberitahu tentang kampus UPITRA.