

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan bahwa strategi pemasaran iklan yang terjadi pada Radio Gaya 93,6 FM Bekasi meliputi :

Proses komunikasi pemasaran di program Radio Gaya 93,6 FM Bekasi untuk menarik pengiklan lokal, di mana ada beberapa perencanaan seperti membuat program acara dan penempatan jam tayang yang paling diminati banyak pendengar, lalu menyebarkan informasi *price list* di sosial media dan disela-sela program acara, dan melakukan sistem barter kepada calon pengiklan.

Berawal dari wawancara peneliti konsep strategi pemasaran radio Gaya 93,6 FM Bekasi masih menunggu atau berharap datangnya iklan yang membuat tidak berkembang. Ditambah lagi kurangnya SDM dalam divisi pemasaran dan inovasi yang dapat memperburuk keuntungan radio tersebut, jika hal tersebut terus berlanjut dapat terjadinya kebangkrutan atau tidak beroperasi kembali radio tersebut.

5.2 Saran

Dalam rangka untuk lebih dalam mengembangkan radio Gaya 93,6 FM Bekasi melalui strategi komunikasi pemasaran agar dapat mendapatkan pengiklan lokal di masa yang mendatang, dalam melakukan penelitian, penulis mempunyai banyak kekurangan dan keterbatasan dalam melakukan penelitian ini sehingga Penulis akan memberikan saran untuk Radio Gaya 93,6 FM Bekasi, yaitu:

1. Dalam unsur promosi. Radio Gaya 93,6 FM Bekasi sebaiknya membuat promosi khusus untuk kepada pengiklan lokal agar Radio Gaya mendapatkan calon pengiklan baru.

2. Mengingat penelitian ini membahas mengenai strategi komunikasi pemasaran dalam mendapatkan pengiklan lokal, maka penulis berharap penelitian ini bermanfaat untuk perusahaan supaya dapat memaksimalkan kembali strategi komunikasi pemasaran ini dengan optimal sehingga dapat mempertahankan dan mendapatkan pengiklan-pengiklan baru di Radio Gaya 93,6 FM Bekasi.

