

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis pada skripsi ini yang berjudul: Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Krakatau 93,7 FM Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Krakatau 93,7 FM Dalam Menarik Minat Pemasang Iklan yaitu bagaimana radio krakatau tetap punya tempat tersendiri dihati masyarakat salah satunya dengan kedekatan emosional dengan pendengar salah satunya dengan menjaga etnis. Memberikan layanan-layanan produk iklan yang berkualitas dan bermanfaat tapi tetap menggunakan bahasa lokal atau bahsa ibu agar menjadi pembeda dengan radio yang lain. Itu menjadi salah satu strategi radio krakatau dalam menarik minta pemasng iklan. Menyajikan program-program yang melestarikan budaya banten. Strategi komunikasi radio krakatau juga sekarang sudah menggunakan media sosial untuk promosi-promosi produk, karena radio krakatau juga paham kita sudah di jaman yang serba canggih.

1) Iklan di radio sangat penting untuk keberlangsunga perusahaan radio tetap eksis dan berkembang karena radio berpengasilanya di iklan. Untuk radio krakatau sendiri selalu menggunakan etnik sunda agar menjadi pembeda di antara radio lainnya, radio krakatau juga memberika beberapa benefit untuk claintnya agar selalu berikla di radio krakatau.

2) Promosi Penjualan Media sosial radio krakatau bukan hanya menjadi tempat untuk mempromosikan iklan tetapi juga menjadi

tempat siaran juga. Dibawah ini merupakan sosial media yang digunakan krakatau radio dalam mempromosikan produk.

- 3) Hubungan yang dibangun oleh pihak radio krakatau dan masyarakat dalam membangun *public relation* biasanya tim pemasaran atau marketing dan penyiar selalu berusaha ada untuk meliput acara-acara yang dibuat oleh masyarakat ataupun perusahaan agar kerja sama diantara radio dan perusahaan terjalin baik.
 - 4) Untuk personal selling sendiri radio krakatau selalu mendekati diri terutama bagian pemasaran untuk membujuk klien agar mau memakai produk atau layanan iklan di radio krakatau sendiri. Biasanya tim pemasaran mempromosikan layanan-layanan dan keunggulan apa saja jika menggunakan jasa di radio krakatau.
 - 5) Untuk penjualan langsung di radio krakatau bisanya saat ada acara-acara besar jadi sekalian penjualan langsung. Penjualan langsung sendiri dilakukan oleh tim pemasaran dan tim penyiar bagaimana mereka berusaha meyakinkan klien untuk mau beriklan di radio krakatau.
2. Faktor Hambatan dan pendukung dalam menarik minta pemasang iklan, dari hambatannya sendiri ada dibiaya produksi, karena zaman yang semakin canggih orang-orang banyak memasang iklan di internet. Kalo peluang dalam menarik minta pemasang iklan sendiri adalah yang pertama penyiar, yang kedua program-program yang kita sajikan, kita harus benar-bener memberikan yang terbaik pada klien, terus yang ketiga kita juga mengkonfert kegiatan-kegiatan media di radio dengan dengan kegiatan kegiatan kita di media sosial itu juga strategi kita untuk perusahaan atau masyarakat mau beriklan ke kita.

Untuk membantu penyiaran kita mempunyai media sosial agar tidak kalah saing oleh perkembangan zaman.

B. Saran

Dari kesimpulan diatas, maka kami menyarankan dari hasil penelitian adalah :

1. Untuk Radio Krakatau 93,7 FM Sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan strategi komunikasi pemasaran dengan memperhatikan apa yang menjadi daya tarik untuk masyarakat sehingga jumlah pengiklan dapat terus meningkat.
2. Untuk pembaca Skripsi ini tentunya jauh dari kata sempurna, masih banyak sekali kekurangan, tetapi penulis sangat berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan membantu peneliti yang akan datang, khususnya mahasiswa atau mahasiswi Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah.