

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil wawancara studi kepustakaan dan observasi yang dilakukan mengenai penyajian iklan *cafe* di Bandung Program Pulang Sore *challenge* Radio Play99ers Bandung dengan menggunakan metode studi kasus, maka terdapat beberapa poin yang dapat disimpulkan dari penelitian yang telah dilakukan.

Dari hasil analisis dan pembahasan, penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Program pulang sore *challenge* berhasil menghasilkan kemas *interview* yang menarik. Program pulang sore *challenge*. Karena *interview* yang dijalankan pada saat *live on air* di *cafe* merupakan *interview* yang sangatlah unik karena *interview* telah memberikan ruang promosi bagi *cafe* yang masuk ke dalam program pulang sore *challenge* tersebut melalui konsep yang *interview owner* bersama penyiar yang akan membahas *review* makanan, harga, tempat dan promo-promo *cafe* yang akan dibawakan tiga jam dari jam 4 sore sampai 7 malam dengan menghadirkan dialog santai antara penyiar dengan *owner cafe* yang dilakukan di lokasi *cafe* yang akan di liput dan diwawancarai.
2. Iklan yang disajikan oleh program pulang sore *challenge* tersebut sangat membantu untuk mempromosikan pihak *cafe* yang dibantu oleh media

sosial untuk mempromosikan *cafe* melalui *Instagram* dan *twitter* yang digunakan oleh Play99ers Bandung untuk lebih dikenal oleh pendengar Program Pulang Sore *Challenge* dan target dari pihak *client*. Dengan adanya media sosial konsep *interview* di *cafe* bisa lebih dilihat kembali pada pendengar dan menjadi sorotan buat khalayak Program Pulang Sore *Challenge* tersebut untuk menarik perhatian. Target utamanya pun yang dijalankan program pulang sore *challenge* tentunya dalam penggunaan media sosial juga sangatlah mendukung dalam mempromosikan *cafe* tersebut.

3. Program pulang sore *challenge* dapat disajikan kegiatan promosi *cafe* di Kota Bandung dengan *live on air* di lokasi *cafe* yang akan diliput dan *interview* yang akan dilakukan oleh penyiar untuk *sharing* promo yang akan disampaikan ketika *live on air*, karena mengandung unsur 4P yaitu *product*, *place*, *price*, *promotion*. Keempat unsur tersebut ditampilkan melalui kemasan yang dibuat oleh tim produksi program pulang sore *challenge* dengan konsep *interview* santai yang dilakukan antara penyiar dan narasumber *owner cafe* dan kebebasan yang diberikan kepada narasumber dalam menceritakan sejarah *cafe*, promo yang akan disampaikan. *Interview* dilakukan di lokasi *cafe* yang akan diliput dengan juga akan dibacakan oleh penyiar *insert* dari *cafe* baik menu makanan dan minuman. Selain itu, berbagai media sosial dari *cafe* tersebut juga akan dibacakan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan berkaitan dengan program pulang sore *challenge* sebagai kegiatan promosi *cafe* di Kota Bandung. Maka peneliti mencoba untuk memberikan beberapa saran seperti berikut :

### 5.2.1 Saran Saran Untuk Program Pulang Sore *Challenge*

Dari uraian yang telah dijelaskan dan data yang didapat oleh peneliti selama melakukan penelitian di dalam Program Pulang Sore *Challenge* maka dengan segala hormat dan kerendahan hati peneliti memberikan saran sebagai berikut :

1. Dalam membuat sebuah program radio, tidak hanya sisi hiburan saja yang harus ditampilkan tetapi juga konsep atau kemasan dari *interview* tersebut harus menarik dan memiliki sisi keunikan tersendiri agar dapat menjadikan ciri khas dari setiap program, dan yang paling penting adalah harus juga mementingkan tujuan dari komunikasi untuk memberikan tayangan *interview* yang informatif dan juga edukatif.
2. *Interview* pulang sore *challenge* dirasa masih memiliki kekurangan dari Sumber Daya Manusia yaitu tim produksi yang hanya terdiri dari beberapa orang. Dengan penambahan Sumber Daya Manusia, diharapkan kemasan *interview* pulang sore *challenge* akan menjadi lebih baik agar dapat menghadapi persaingan di dunia radio ditambah lagi *interview* tersebut merupakan program dari radio yang baru dirasa masih kalah bersaing dengan program-program di radio lainnya.
3. Program Pulang Sore *Challenge* dalam menggunakan media sosial lebih ditingkatkan lagi apa saja yang harus di *share* di media sosial untuk para

pendengar Program Pulang Sore *Challenge*. Agar pendengar lebih penasaran apa saja yang ada di *cafe* dan makanannya harus lebih dilihat kepada pendengar agar mereka tahu bentuknya seperti apa. Jadi tidak mengandalkan melewati *instastory* dan *live Instagram* saja tetapi posting makanan-makan dan tempat *cafe* tersebut.

4. Sebagai sebuah media kegiatan promosi, *interview* pulang sore *challenge* diharapkan terus mempertahankan *live on air* di *cafe* untuk mengundang keramaian yang ada di *cafe* tersebut. Program Pulang Sore *Challenge* yang dapat dijadikan sebagai kegiatan promosi *cafe* yang ada di Kota Bandung. Dengan adanya program ini, setiap *cafe* yang ada di Kota Bandung akan dapat dipromosikan dengan baik melalui *interview* tersebut.

### **5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya**

1. Saran untuk penelitian dan pengembangan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Komputer Indonesia diharapkan dapat lebih dalam menggali dan membahas konsep kegiatan promosi yang dilakukan melalui *interview* yang juga memberikan informasi mengenai dialog interaktif peneliti rasa belum banyak dibuat. Program seperti itu harus diapresiasi dengan sangat baik oleh kita selaku generasi muda anak bangsa agar kedepannya bahasan ini akan semakin menarik untuk dikupas, mengingat setiap stasiun radio memiliki karakter masing-masing.

2. Bagi mahasiswa yang memiliki minat yang besar untuk mengangkat tema yang serupa dengan penelitian ini, diharapkan dapat melakukan penelitian tersebut dan juga disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi di masa mendatang.