

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DIVISI MARKETING KOMUNIKASI RADIO PLAY99ERS 100FM BANDUNG DALAM MEMPROMOSIKAN PROGRAM PULANG SORE (Studi Deskriptif Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100FM Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada *Stakeholders Eksternal* Di Kota Bandung). Peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

##### **1. Periklanan**

Periklanan yang dilakukan oleh Radio Play99ers 100FM Bandung dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada *Stakeholders Eksternal* Di Kota Bandung, melakukan beberapa cara dalam proses kegiatan, yang dimana kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan, membranding nama Radio Play99ers, meningkatkan jumlah *View* dan *Followers*. Dari segi periklanannya juga Radio Play99ers 100FM Bandung mempunyai sasarannya tersendiri, setiap Program-Programnya mempunyai sasarannya masing masing, seperti Program Pulang Sore yang mempunyai sasarannya kepada *Client* atau *Stakeholders Eksternal* mencakup *Café*, *Coffeeshop*, dan *Restorant* yang ada di Kota Bandung, hal ini berhasil dilakukan karena ada pihak *Client* atau *Stakeholders Eksternal* yang bekerja sama dengan Radio Play99ers yaitu *Lakona Coffee*.

Radio Play99ers juga mempunyai Target audiens dalam proses periklanannya, Target audiensnya sudah lengkap karena dari segi data pendengar pertahunnya sudah ada, dari usia, hingga status ekonomi sosialnya Radio Play99ers selalu menampilkan ketika sedang melakukan Proses Periklanan.

## **2. Pemasaran Langsung**

Pemasaran Langsung yang dilakukan oleh Radio Play99ers 100FM Bandung dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada *Stakeholders Eksternal* Di Kota Bandung, melakukan beberapa cara ketika menghubungi *Stakeholders Eksternal*, yang dimana mulai dari proses kegiatannya, kegiatan pemasaran langsung dilakukan secara *door to door* atau yang artinya datang langsung dan berkomunikasi dengan *Client* atau *Stakeholders Eksternal* yang didatanginya. Atau juga Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers memanfaatkan media sosial seperti *Instagram, Twitter, Tiktok, dan Youtube* sebagai media penghubung dengan pihak *Stakeholders Eksternal* yang sedang dihubungi oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers yang nantinya akan menimbulkan Komunikasi dua arah. Adapun hal yang harus dipersiapkan oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers ketika sedang melakukan proses Pemasaran Langsung, persiapan yang dilakukannya meliputi riset, hal ini baik dilakukan karena nantinya Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers akan melakukan riset kepada *Stakeholders Eksternal* mengenai kebutuhan yang dibutuhkan oleh *Stakeholders Eksternal*. Untuk yang

terlibat dalam kegiatan Pemasaran Langsung ketika berhadapan langsung dengan *Stakeholders Eksternal*, Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers yang terlibat dalam kegiatan pemasaran langsung, jika nantinya kerja sama berhasil dilakukan ada beberapa pihak yang terlibat mulai dari tim kreatifnya, producer, dan juga penyiar untuk mengatur konsep lebih detail lagi mengenai kerja sama yang dilakukan. Terdapat proses waktu untuk mencapai kerja sama berhasil dilakukan, Radio Play99ers selalu memberikan *space* waktu kepada *Client* nya atau *Stakeholders Eksternal*, hal ini baik lakukan karena memberi waktu untuk berpikir mengenai konsep kerja sama yang sudah dijelaskan diawal pertemuan.

### **3. Penjualan Personal**

Penjualan Personal yang dilakukan oleh Radio Play99ers 100FM Bandung dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada *Stakeholders Eksternal* Di Kota Bandung, memerlukan beberapa cara seperti cara mempersuasi ketika sedang melakukan komunikasi dengan *Stakeholders Eksternal*, persuasi yang dilakukan Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers ada dari segi kerapihannya, pembawaan materinya, tidak membuat risih lawan bicaranya, beranggapan bahwa *Client* atau *Stakeholders Eksternal* adalah partner kerja, bukan penjual dan pembeli biasa, melakukan pembicaraan pembuka tidak langsung ke inti dari apa yang akan dijelaskan mengenai kerja sama, melakukan penjelasan secara umum dan merujuk ke detail. Untuk gaya komunikasi yang dipergunakan oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers juga

menggunakan Komunikasi Formal dan Informal, yang artinya Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers selalu melihat dengan siapa sedang berhadapan, seperti dengan atasan, atau dengan jabatan yang setara. Adapun persiapan yang harus diperhatikan dalam Penjualan Personal, Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers selalu mempersiapkan materi yang dibawakan, pemahaman yang dikuasai oleh Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers, karena hal ini jika tidak disiapkan akan menjadi hambatan terkait kerja sama yang akan dilakukan. Adapun yang terlibat dalam proses Penjualan Personal, Radio Play99ers sudah baik melakukan kegiatan Penjualan personal dengan menugaskan Divisi Marketing Komunikasi yang sudah paham mengenai Konsep Kerja sama atau apa yang dijualnya ketika berhadapan dengan *Client* atau *Stakeholders Eksternal*.

#### **4. Pemasaran Interaktif**

Pemasaran Interaktif yang dilakukan oleh Radio Play99ers 100FM Bandung dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada *Stakeholders Eksternal* Di Kota Bandung, menggunakan media interaktif, media interaktif tersebut mencakup Media Digital dari Frekuensi 100FM, adapun dari segi media sosial, Radio Play99ers memanfaatkan media sosial untuk proses penjualan Program Pulang Sore, seperti Instagram, Twitter, Tiktok, dan Youtube, di dalam media Interaktifnya pun Radio Play99ers selalu aktif dalam memperlihatkan kegiatan kegiatan yang dilakukan Radio Play99ers seperti acara event-event, Waktu siaran yang dilakukan di setiap Program-Programnya. Informasi yang dilakukan di dalam Media

Interaktifnya seperti waktu siaran di setiap Programnya, dan jika kerja sama sedang berlangsung ada informasi informasi terupdate mengenai *Client* atau *Stakeholders Eksternal*, hal ini yang dilakukan Radio Play99ers ketika bekerja sama dengan *Lakona Coffee* selaku *Stakeholders Eksternal*, Radio Play99ers menginformasikan segala yang ada di *Lakona Coffee* mulai dari harga, potongan harga, dll. Adapun pengaruh yang terjadi ketika kerja sama sudah dilakukan, pengaruh yang terjadi dapat dari segi branding kedua pihak baik dari *Client* atau *Stakeholders Eksternal*, dan juga pihak Radio Play99ers.

#### **5. Strategi Komunikasi Pemasaran**

Strategi Komunikasi Pemasaran yang diterapkan oleh Radio Play99ers 100FM Bandung sudah terlaksana dengan baik dan, karena dilihat dari segala persiapannya mulai dari kegiatannya, sasaran yang diterimannya, gaya berkomunikasi, dan media media yang dimanfaatkan Radio Play99ers. Bahkan terbukti jika Radio Play99ers mempromosikan dengan antar *Client* atau *Stakeholders Eksternal*, yang nantinya *Stakeholders Eksternal* ini akan mempromosikan ke *Stakeholders Eksternal* lainnya, bukti tersebut dilihat dari *Lakona Coffee* yang awalnya mengetahui Radio Play99ers menjual Program Pulang Sore dari temannya. Hal ini yang langsung dipertimbangkan pihak *Lakona Coffee* dan melakukan kontrak kerja sama hingga saat ini kontrak kerja sama nya masih berlangsung.

Berdasarkan kesimpulan yang sudah di ungkapkan, peneliti menyimpulkan dari hasil keseluruhan penelitian, dimana Strategi Komunikasi Pemasaran Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers 100FM Bandung Dalam Mempromosikan Program Pulang Sore Kepada *Stakeholders Eksternal* Di Kota Bandung dengan mengkaji Teori Bauran Komunikasi Pemasaran menurut Doni Junni Priansa dalam bukunya yang berjudul “Komunikasi Pemasaran Terpadu”, benar adanya yang dilakukan oleh Radio Play99ers khususnya Divisi Marketing Komunikasi Radio Play99ers dalam mencari *Stakeholders Eksternal* dibutuhkan cara yang harus dilakukan agar *Stakeholders Eksternal* tertarik kepada Radio Play99ers. Cara tersebut yaitu kegiatan periklanan, pemasaran langsung, penjualan personal, dan pemasaran interaktif. Radio Play99ers 100FM Bandung melakukan cara berdasarkan indikator yang peneliti kaji, yang dimana setiap indikator sudah dilakukan dengan baik oleh pihak Radio Play99ers ketika mempromosikan Program- programnya khususnya Program Pulang Sore. Hal ini juga dilakukan agar pihak luar terlebih lagi pendengar dapat lebih tertarik lagi kepada Radio Play99ers. Hal yang dilakukan yaitu kegiatan periklanan, dengan memanfaatkan media sosial, dengan melakukan key opinion leader yaitu artis dan musisi yang datang ke radio Play99ers 100FM Bandung, ataupun datang langsung untuk meminta kontak yang nantinya dapat dihubungi oleh pihak radio Play99ers, hal ini bertujuan untuk dikenal lebih luas lagi dikalangan *Stakeholders Eksternal* maupun pendengar, yang nantinya dapat meningkatkan jumlah followers dan juga view. Pemasaran langsung yang dilakukan berkaitan juga dengan periklanan, dimana periklanan hanya memberikan proposal yang berisikan konsep kerja sama atau konsep promosi,

kegiatan pemasaran langsung ini bertujuan untuk berkomunikasi langsung dan menjelaskan mengenai proposal yang sudah diberikan oleh pihak Marketing Komunikasi Radio Play99ers, ketika kegiatan pemasaran langsung sedang dilakukan, penjualan personal berperan penting dalam kegiatan tersebut, yang dimana penjualan personal ini harus memperhatikan keadaan divisi marketing komunikasi itu sendiri karena hal ini yang dapat membuat *stakeholders eksternal* tertarik, mulai dari cara komunikasinya, materi yang dijelaskannya agar point inti dari pembicaraan tersebut dapat tersampaikan dengan jelas. Pemasaran Interaktif yang dilakukan Radio Play99ers juga memanfaatkan berbagai jenis media sosial mulai dari *Instagram, Twitter, Tiktok, dan Youtube*, berbagai informasi juga selalu disampaikan melalui media sosial hal ini bertujuan agar Radio Play99ers selalu terlihat aktif dikalangan pendengar maupun *Stakeholders Eksternal*.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran Untuk Radio Play99ers 100FM Bandung**

1. Lebih fokus menyusun Strategi Komunikasi Pemasaran dengan berbagai cara seperti media media yang sekarang sudah banyak dipergunakan di khalayak, agar Program-Program nya dapat lebih dikenal lagi.
2. Lebih diperkuat lagi dari segi risetnya karena dizaman sekarang *Café, Coffeeshop, dan Restorant* di Kota Bandung sudah semakin banyak, hal ini menjadi peluang bagi Radio Play99ers untuk mempromosikan Program-Programnya

3. Lebih diperkuat lagi cara berkomunikasi dan harus selalu memperhatikan materi materinya agar tidak membuat bingung *Client* atau *Stakeholders Eksternal* ketika melakukan komunikasi
4. Media-mediana lebih diperbanyak lagi, dan sajikan selalu konten-konten yang menarik.

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

1. Peneliti selanjutnya diharapkan sudah mempersiapkan permasalahan dalam penelitian dari sebelum semester akhir dimulai
2. Peneliti selanjutnya diharapkan membahas permasalahan yang sekiranya diri sendiri mampu mengerjakan agar tidak terjadi kesulitan di tengah-tengah penelitian
3. Peneliti selanjutnya diharapkan membaca banyak jurnal dan penelitian terdahulu yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti sebagai referensi.