BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian mengenai permasalahan yang telah dirimuskan pada Bab I, yaitu Strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat Masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya.

Fokus penelitian ini adalah Strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM. Yang dikaitkan kepada beberapa indikator dari strategi, dari sini dapat terlihat bagaimana Strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* dalam menarik minat Masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya.

Dengan satu Informan dalam penelitian terdiri dari Informan Kunci yaitu Supervisor Mobile Unit Departement RUDIANTO biasa dipanggil UDITH.

Untuk tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk dapat mengetahui bagaimana Strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat Masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya. *Pertama,* menyusun daftar untuk pertanyaan wawancara berdasarkan *indicator* strategi yang akan ditanyakan kepada informan sebagai narasumber. *Kedua,* melakukan wawancara mendalam

dengan bagian Supervisor *Mobile Unit Departement*. *Ketiga,* memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan.

4.1 Profil Informan

Informan dalam penelitian ini tidak merasa keberatan untuk disebutkan namanya, adapun informan penelitian ini sebagai berikut :

1. **RUDIANTO** biasa dipanggil **UDITH (SUPERVISOR *MOBILE UNIT DEPARTEMENT* RADIO ARDAN)**

   Pria kelahiran Cirebon pada tanggal 12 Oktober 1983 ini adalah seorang Supervisor *Mobile Unit Departement* . Informan ini bertempat tinggal di Margahayu Kencana Bandung, dan Pendidikan terakhirnya SMA di Bandung.

   Peneliti memilih Supervisor *Mobile Unit Departement* Udith sebagai informan kunci karena ia peneliti berfikir ia lah yang mengetahui semua informasi yang peneliti butuhkan walaupun tidak menutup kemungkinan ada pihak-pihak lain yang lebih mengetahuinya.

   Awal bertemu dengan ia, peneliti merasa deg-degan karena takut jutek tetapi setelah ketemu ia yang sangat ramah, langsung akrab peneliti dan 1 orang teman memperkenalkan diri dengan ia. Sebelumnya peneliti sudah membuat janji dengan ia untuk bertemu dikantor Radio Ardan 105.9 Bandung untuk mendiskusikan masalah judul penelitian, dan didalam sms itupun ia mempersilakan peneliti untuk datang langsung ke kantor disaat ia sedang ada waktu

luang/tidak sibuk. Tetapi dengan sejalannya waktu ternyata Mas Udith (Panggilan ia) orang yang sangat ramah ketika pertama bertemu. Selama peneliti menjalani proses penelitian dan wawancara, Mas Udith adalah informan yang pertama kali peneliti wawancara dan berdiskusi ketika sebelum dan ketika peneliti dilapangan, beliau awalnya sangat sulit untuk ditemui karena kesibukan dan jadwal kerja yang padat diluar kantor karena ada kegiatan *event*, tetapi akhirnya peneliti dapat menemuinya pada pagi. Ia sangat mempermudah peneliti dalam memberikan informasi dan data yang peneliti butuhkan dan kapan saja asalkan tidak mengganggu kesibukan ia dalam penulisan skripsi ini. Dengan penampilan yang tinggi, bergaul, ia dalam berbicara tidak menjaga jarak dengan peneliti, sehingga peneliti sangat senang berdiskusi tentang *Mobile Unit Departement*, ia mencerminkan sosok yang baik, ramah. Mas Udith mencerminkan akademi yang selalu terbuka dan blak-blakan ketika peneliti menanyakan tentang *Mobile Unit Departement.* tidak segan-segan menceritakan mengenai kegiatan *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat masyarakat kota bandung untuk menjadi pendengarnya. Kata ia kegiatan *Mobile Unit Departement* ini sangat membantu dengan adanya event diluar kantor karena itupun akan menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya. Peneliti sempat melihat langsung kegiatan tersebut dan minat masyrakat pun sangat tinggi di kota Bandung.

Setelah wawancara selesai peneliti ingin memberikan sesuatu tanda ucapan terimakasih kepada ia, tetapi ia mengatakan “akh, gak usah repot-

repot bawa makanan, cuman saya merasa sudah dibantu penelitian maka saya cuman ngasih makanan saja dan alhamdulillahnya mau nerima. Sambil berpamitan untuk pulang peneliti sambil berjabat tangan ia berkata semoga sukses yah dan kalau pun ada yang kurang boleh datang lagi ke kantor Mobile Unit Departement tidak usah sungkan. Peneliti berharap semoga selesai penelitian ini peneliti dengan ia masih dapat menjaga silaturahmi, amin.

4.2 Deskripsi Analisis Hasil Penelitian *Mobile Unit Departement*

Mobile Unit Departement terbentuk sejak tahun 1998 sehingga sampai sekarang *Mobile Unit Departement* sudah berjalan 13 tahun lamanya, karena kekompakan para *crew* nya pada kegiatan diluar radio dengan secara keseluruhan *Mobile Unit Departement* Radio Ardan mensuport berbagai macam *on air* agar pendengar radio ardan lebih eksis lagi dikalangan anak muda kota Bandung, lebih spesifikasinya kepada liputan dan eksekusi *event* yang bersifat komersial dan komersial dan kegiatan tersebut bisa dilakukan 2 atau sampai 10 kegiatan itupun bagaimana ordernya.

Adapun beberapa nama *Mobile Unit Departement* adalah *Mobile Stations, Moving Stage, dan Caraban Obee*.

Gambar 4.1

Mobile Stations



Mobile Stations disini biasa dipakai untuk liputan mobile kecil tetapi bias dipakai juga untuk acara *event*, misalnya dengan adanya acara *event Mobile Station* biasa dipakai untuk liputan *on air* dan juga menyampaikan berita kepada siaran di radio ardan, jadi radio ardan pun tahu kegiatan apa saja yang dilakukan *Mobile Stations* ini.

Gambar 4.2

Moving stage



Moving Stage berbentuk container sepanjang 12 meter, Sound system 8000 Watt biasa dilakukan untuk acara *event* sehingga dengan adanya bintang tamu bisa manggung di *moving stage* ini.

Gambar 4.3

Mobile Caravan Obee



dalam sebuah Radio diperlukan sebagai image dan eklusifitas Radio tersebut Radio sebagai media penghubung antara organisasi, *audience, acvertiser,* dan segala kalangan dan segmen secara *on air/ auditif/* lisan, tetapi dengan adanya *Mobile Unit* dapat dilihat secara langsung dan nyata, baik dari tampilan, gaya dan bentuk Unit itu sendiri dan konsep ruangan yang selalu dibawa kejalan.

Untuk segmentasi *Mobile Unit Departement* Radio Ardan jika dilihat dari usia itu dari 15 tahun sampai 29 tahun karena mereka masih menyukai dengan adanya acara radio tersebut, akan tetapi respon dari masyarakat kota Bandung antusias masih tinggi sekali di Bandung.

Dengan adanya *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM menarik minat masyarakat Kota Bandung untuk menjadi pendengarnya,

sehingga dengan adanya acara-acara tersebut yang ada di Kota Bandung dan *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM di Kepalai oleh seorang Supervisor yang menggerakkan semuanya crewnya agar bisa bekerja sama dengan pihak-pihak yang mengadakan acara tersebut. Sehingga *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM senantiasa bisa membantu siaran Radio Ardan 105.9 FM di luar kegiatan dan dapat menarik minat masyarakat Kota Bandung untuk menjadi pendengarnya. Adapun berbagai kegiatan *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM bekerjasama dengan para reporter untuk diwawancarai sehubungan dengan adanya kegiatan.

Menurut Maria (2002 : 31) *Public Relations* merupakan, satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi *public relations* yaitu:

a. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
b. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
c. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana,

yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.

d. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* lebih berorientasi kepada pihak perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya. Dengan singkat dapat dikatakan bahwa fungsi *Public Relations* adalah memelihara, mengembang tumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah (Black, 2002).

Selain itu hasil penelitian ini didapatkan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan sebagai narasumber, yaitu Supervisor *Mobile Unit Departement* RUDIANTO. Peneliti tidak pernah menilai benar atau salah jawaban atas pertanyaan yang diberikan. Peneliti memberikan kebebasan kepada informan untuk memberikan pemahamannya atas pertanyaan peneliti. Hal ini dilakukan dengan asumsi bahwa berdasarkan isi pembicaraan inilah akan dapat ditangkap makna yang dipahami oleh para informan. Asumsi ini didasari pemikiran bahwa makna yang diberikan seorang individu atas suatu realitas, termasuk satu konsep atau kata, akan tergambarkan dari bagaimana mereka mengapresiasikan makna tersebut dalam hidup sehari-hari.

Langkah pertama yang peneliti lakukan sebelum mewawancarai para informan adalah meminta informasi/identitas diri, mengenai pekerjaan. Dalam hal ini peneliti menetapkan satu yang menjadi informan dalam penelitian ini. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada informan, peneliti mendapatkan hasil penelitian bahwa *Mobile Unit Departement* Radio Ardan sudah menjalankan kegiatan acara tersebut dengan baik sehingga masyarakat kota Bandung akan lebih antusias lagi mendengarkan Radio Ardan. Peneliti mencoba menganalisa berdasarkan data-data yang didapat melalui wawancara mendalam.

Untuk mengetahui Strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM Dalam Menarik Minat Masyarakat Kota Bandung Untuk Menjadi Pendengarnya dapat dilihat pada hasil analisa penelitian dibawah ini :

4.3 Analisis Deskripsi Penelitian

4.3.1 Tujuan dari Public Relation *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM

Tujuan dilakukan oleh Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya. Tujuan Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM disini agar masyarakat kota Bandung lebih eksis lagi mendengarkan Radio Ardan.

Tujuan tersebut salah satunya untuk menarik minat masyarakat dengan adanya berbagai *event* buat Radio Ardan di jalan maupun di luar kantor,

sehingga untuk mencapai tujuan event tersebut harus benar-benar tercapai begitu pun dengan crew departement yang membantu *event* tersebut.

Untuk mencapai tujuan tersebut Radio Ardan mencoba *Mobile* Testing yaitu untuk Branding sebuah produk kepada khalayak agar setiap masyarakat yang lewat ke event. Branding kerap dilakukan guna memberi konteks yang jelas akan "sesuatu". Branding dilakukan dengan maksud untuk menciptakan pencitraan yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh masyarakat agar pendengar lebih tertarik lagi, kalaupun tujuan tersebut tidak berhasil maka salah satunya akan berkurangnya pendengar Radio Ardan. Sehingga sebagai Public Relations Mobile Unit Departement Radio Ardan harus pintar-pintar mengatur event tersebut supaya masyarakat kota Bandung lebih mengenal lagi Radio Ardan khususnya bagi pendengar.

4.3.2 Kegiatan yang dilakukan oleh Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan informan, hasilnya Bahwa banyak kegiatan – kegiatan yang dilakukan ternyata sangat efektif Sekali untuk membuat para pendengar tetap loyal, itulah pentingnya dari sebuah strategi, karena dapat mengasah kemampuan *(skill)* dari seorang *Public Relations* agar bisa lebih mendekatkan lagi dengan pendengarnya.

Walaupun hanya melakukan *sound off* saja dalam kegiatan tersebut acara siaran pun berjalan seperti biasa agar dengan adanya *sound off* lebih menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya, kegiatan lainnya pun yang ada di Radio Ardan melibatkan pendengar,

sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya pada *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM.

Yang bertugas pada kegiatan siaran tersebut adalah langsung dari *crew Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM, karena kalau tidak ada *crew* acara tersebut tidak akan berjalan lancar.

Public Relations dihadapkan pada tantangan dan harus mampu menghadapkan fakta yang sebernya. Entah itu sifat emosional maupun rasional akan digunakan selalu oleh orang *Public Relations* demi menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya, dan kebutuhan akan seseorang humas tersebut merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Oleh karena itu *Public Relations* dapat dianggap sebagai alat atau medium untuk menciptakan hubungan dengan siapa saja yang dapat membawa keuntungan organisasi atau Perusahannya.

4.3.3 Pesan yang disampaikan oleh Public Relations *Mobile Unit Departement Radio* Ardan 105.9 FM

Pesan yang disampaikan dalam kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations Mobile Unit Departement* dalam menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya, yang menyusun pesan *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM disini adalah Reporter atau MC karena mereka lah yang menyampaikan pesan tersebut pada kegiatan acara tersebut kepada masyarakat.

Berikut fokus perhatian ditujukan kepada pesan yang akan disampaikan. Pesan (*Message*) terdiri dari dua aspek, yaitu isi atau isi pesan (*The Content of Message*) dan lambang (*symbol*) untuk mengekspresikannya, lambang utama pada sebuah radio adalah bahasa lisan, pada surat kabar bahasa tulisan ada juga gambar, pada film dan televisi lambang utama adalah gambar. Pesan yang disiarkan oleh media massa bersifat umum, karena memegang demi kepentingan umum, penataan pesan bergantung pada media, sifat yang berbeda antara satu sama lainnya. (Effendy, 2003:12)

Pada penjelasan berikut sudah jelas sekali bahwa dalam penyampaian pesan akan dilakukan oleh *Public Relations Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM adalah dengan bahasa lisan, karena itu menurut lambang utama dalam penyampaian pesan sebuah Radio.

Isi pesan yang akan disampaikan *Public Relation Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM itu alternatif tergantung pada bentuk pesan yang akan disampaikan, tetapi disini bentuk dari isi pesan tersebut merupakan suatu ajakan, suatu tarikan juga merupakan sebuah rangkulan, bahwa isi pesan tersebut akan selalu mengikuti bentuk pesan yang disampaikan.

Teknik penyampaian pesan yang dilakukan oleh *Public Relations Mobile Unit Departement* kepada pendengar itu merupakan pesan informatif dan pesan persuatif. Secara informative selalu memberikan informasi yang membuat mereka tertarik untuk menjadi pendengar, mengajak mereka untuk tetap bertahan di Radio Ardan dan juga menggunakan pesan secara persuatif

yaitu pesan yang disampaikan harus mampu membujuk, mempengaruhi dan merubah sikap para pendengar, jadi secara garis besar informatif dan persuatif adalah teknik penyampaian pesan yang dilakukan.

4.3.4 Media yang digunakan oleh Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM

Media yang digunakan oleh Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya. Public Relations Mobile Unit Departement Radio Ardan 105.9 FM menggunakan semua media yang baik, *media on air, off air, sound, LCD Plasma, Stiker* dan seragam *yunivom,* bahkan media cetak sampai *televise, audio visual,* media *audio* lainnya di media luar ruangan semua digunakan didalam penyampaian pesan tersebut.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. (Pesan – pesan yang diterima panca indera selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikap terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan). (Effendy, 2003 : 18).

Sedangkan menurut Ruslan media adalah saluran atau sarana komunikasi yang sering digunakan oleh praktisi Public Relations untuk menyampaikan pesan kepada publiknya. (Ruslan, 1999 : 195).

Dalam penggunaan semua media tersebut sangat efektif sekali dalam melakukan menarik masyarakat kota Bandung, karena pastinya semua

perusahaan akan menggunakan semua media tersebut untuk mendekati para pendengar masyarakat kota Bandung.

Dan tentunya ada anggaran khusus yang dipergunakan untuk melakukan Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat masyarakat kota Bandung, baik secara media atau akan dibutuhkan suatu dana untuk mencetak sebuah promosi atau menyiapkan materi promosi, baik itu stiker bahkan seragam sendiri digunakan biaya khusus, tetapi bagaimana caranya Public Relations dapat menimbulkan anggaran tersebut.

Produk utama dari Radio Ardan ialah program *on-air* dan *off-air*, dengan pendengar sasaran 55% wanita dan 45% pria yang berusia 15 – 29 tahun, komposisi musik 75% barat 30% Indonesia. Aktivitas utama yang dilakukan peruasahaan yaitu menyiarkan acara agar sampai kepada pendengar dan mampu memuaskan pendengar. Untuk acara-acara on-air Radio Ardan antara lain acara *music, talk show*, informasi, kuis, drama, seni drama dan MCD yaitu *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM yang sudah via satelit jadi bisa dikatakan sampai manapun siaran Radio Ardan bisa di dengarkan karena sudah mengguakan satelit.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan berusaha untuk membahas hasil penelitian yang berjudul "**Strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam Menarik Minat Masyarakat Kota Bandung untuk Menjadi Pendengarnya."**

Di mana peneliti akan membahas mengenai strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM agar masyarakat kota Bandung lebih eksis lagi mendengar Radio Ardan.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus mampu menunjukan bagaimana taktik operasionalnya.(Effendi, 2003:32)

Dalam hal ini, adalah dapat diketahui Strategi Public Relations *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM memiliki serangkaian untuk tujuan yang telah ditetapkan. Dalam usaha untuk mencapai tujuan tersebut maka dilakukan strategi public relations.

Public Relations pada umumnya dianggap sebagai bagian penting dari suatu strategi Perusahaan, strategi sendiri pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan Manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. (Effendy, 2003:300). Akan tetapi. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Tujuan penelitian ini adalah agar penulis mengetahui tujuan, kegiatan yang dilakukan Public Relation *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM, Pesan yang disampaikan dan Media yang

digunakan Public Relations Mobile Unit Departement Radio Ardan 105.9 FM.

Adapun tujuan dari *Public Relations* menurut Oemi Abdurrachman adalah mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai public, kegiatan *public Relations* harus dikerahkan kedalam dan keluar."(Abdurrachman, 2001:34)

Fact Finding atau pengumpulkan fakta atau data-data mengenai kebutuhan atau keperluan publiknya. Kemudian mendefinisikan permasalahan. sebelum melakukan kegiatan *event Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya, terlebih dahulu dengan pengumpulan data dan pencarian informasi oleh *Mobile Unit Departement.*

Penyampaian Pesan daripada kegiatan yang dilakukan oleh *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM sebagai salah satu kegiatan event agar masyarakat kota Bandung menjadi pendengar dan masukan bagi *Mobile Unit Departement* serta *event* tersebut supaya lebih kreatif lagi pada siaran diluar kantor sehingga masyarakat pun antusias menjadi pendengar dan datang kelokasi karena acara *event* tersebut.

Oleh sebab itu dalam penyampaian pesannya pada saat *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM dalam menarik minat masyarakat kota Bandung untuk menjadi pendengarnya. dan penyampaian pesan tesebut

disamapaikan oleh MC agar masyarakat pun lebih mengenal dan tahu bagaimana pesan tersebut disampaikan kepada masyarakat.

Media yang digunakan oleh *Mobile Unit Departement* menggunakan media *on air, off air,* LCD Plasma, *Stiker,* seragam *yunivom*. Karena di dalam *Mobile Unit Departement* tersedia beberapa alat untuk diadakan siaran ketika *mobile* ini berlangsung dijalanan, mall ataupun cafe sehingga dengan begitu informasi bisa langsung diberitakan kepada pendengar Radio Ardan 105.9 FM.

Pendengar merupakan salah satu Mitra Radio yang memberikan andil cukup dalam memajukan perusahaan. Oleh karena itu seorang Public Relations harus bisa menjaga hubungan yang terjalin baik internal maupun eksternal dengan sebaik-baiknya, dalam hal ini berupaya dengan semaksimal mungkin dalam mendengarkan Radio Ardan. Public Relations lah yang menjadi pemimpin serta berada digaris terdepan dalam mengembangkan tugas tersebut dengan direalisasikan pada kegiatan-kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya dengan sangat baik. Tujuan yang benar-benar hendak dicapai sesuai dengan visi misi yang ada pada *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM karena bagaimanapun juga tujuan utama dari *Mobile Unit Departement* adalah untuk lebih mendekatkan lagi insan muda kepada Radio Ardan dengan begitu Radio Ardan bisa menjadi Radio No. 1 di Bandung. Akan tetapi *Mobile Unit Departement* harus mempunyai strategi supaya setiap kegiatan yang akan diselenggarakan akan

mendapatkan hasil yang positif ataupun terbaik di kalangan masyarakat Bandung.

Dengan adanya *crew Mobile Unit Departement* bisa melancarkan acara kegiatan Mobile Unit Departement baik di luar Radio maupun dijalanan, tetapi sudah beberapa acara yang diselenggarakan *Mobile Unit Departement* mendapatkan respon positif dari masyarakat kota Bandung untuk mendengarkan Radio Ardan 105.9 FM dan menjadi kebanggaan buat *crew Mobile Unit Departement* karena sudah terlibat dalam acara yang diadakan oleh *Mobile Unit Departement* Radio Ardan 105.9 FM, sehingga menjadikan crew *Mobile Unit Departement* lebih giat lagi pada acara kegiatan tersebut.