BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan deskripsi dan implementasi mengenai Strategi *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif maka dapat disimpulkan :

1. Pencarian fakta yang dilakukan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif adalah mencari sponsor otomotif yang sesuai dengan *event* atau promo, tergantung dengan *event* apa yang akan akan diadakan. *Event* yang sering diminati oleh perusahaan otomotif seperti *event* mengenai *rally* mobil atau motor, kontes modifikasi mobil dan motor, atau yang mendukung dan men*support* kegiatan otomotif. Setelah mendapatkan sponsor otomotif melakukan penyeleksian sponsor otomotif mana yang masuk sesuai dengan *event* tersebut, apakah sudah sesuai kriteria dengan kebutuhan perusahaan. Lalu menghubungi sponsor tersebut, mendatangi pihak sponsor dan menawarkan kerjasama *event* atau promo.
2. Perencanaan dan kegiatan yang dilakukan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif adalah membuat perencanaan yang matang agar mendapatkan hasil yang baik, perencanaan dilakukan dengan pertimbangan dengan

melihat jumlah tanggal merah dalam satu tahun, tanggal libur bersama setiap sponsor otomotif, dan kegiatan sponsor otomotif diluar kerja. Dan dengan pertimbangan tersebut maka setiap sponsor otomotif diharapkan mengikuti rangkaian acara sehingga tujuan dari kegiatan tersebut dapat tercapai. Kegiatan yang dilakukan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif adalah Kunjungan *Public Relations* Auto Radio pada perusahan-perusahaan sponsor otomotif yang bertujuan untuk menjalin hubungan dengan sponsor dan memperkenalkan Auto Radio 88.9 FM Bandung kepada sponsor otomotif. Dilakukan satu kali setiap bulan, selain itu juga acara yang khusus diadakan oleh *Public relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung untuk sponsor otomotif, yaitu kegiatan kumpul-kumpul sponsor otmotif guna untuk mendekatkan hubungan antara sponsor otomotif dengan *Public relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung

3. Bentuk komunikasi yang dilakukan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif adalah Bentuk komunikasi yang digunakan oleh *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung mengacu dan sesuai dengan perencanaan yang dijelaskan sebelumnya. Yaitu dengan cara mengkomunikasikan sesuai dengan bentuk-bentuk komunikasi yang telah direncanakan. Seperti pada perencanaan dan bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* 88.9 FM Bandung , yaitu

dengan memperkenalkan *company profile* kepada perusahaan-perusahaan sponsor otomotif, meyakinkan pihak sponsor otomotif tentang citra perusahaan, menjalin silaturahmi, dan merangkul pihak sponsor otomotif. kegiatan komunikasi yang diaplikasikannya berbentuk sistem saluran komunikasi dua arah (*Two way communication*) baik verbal maupun non verbal, dengan jenis komunikasi interpersonal (*Interpersonal Communications*).

4. Evaluasi yang dilakukan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif adalah Tahap terakhir yang dilakukan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung adalah evaluasi, dimana evaluasi ini dilakukan setelah *event* atau promo tersebut selesai. Evaluasi ini berguna untuk mengetahui masalah-masalah yang dihadapi, *complain* dari para pihak sponsor sekaligus mencari pemecahan masalah tersebut. Dalam melakukan tahap evaluasi biasanya *Puublic Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dibantu oleh pihak perusahaan yang berkaitan atau berhubungan dengan promosi atau *event* itu sendiri
5. Strategi yang dilakukan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif adalah dengan menggunakan pencarian fakta, perencanaan dan kegiatan, bentuk komunikasi dan evaluasi tersebut diharapkan dapat menjalin hubungan baik dengan sponsor otomotif

5.2 Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang didukung oleh wawancara dengan *Public Relations* Auto Radio 88.9 FM Bandung , maka penulis memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan Auto Radio 88.9 FM Bandung dapat meningkatkan lagi kegiatan-kegiatan dengan sponsor otomotif yaitu dengan mengadakan *event* yang bersifatnya sosial seperti sumbangan untuk panti asuhan, buka bersama dibulan Ramadhan bersama anak-anak yatim piatu, dan lain-lain, yang bisa menjalin hubungan yang lebih harmonis dengan sponsor otomotif. Agar tujuan yang diharapkan oleh Auto Radio 88.9 FM Bandung dan sponsor otomotif terwujud dengan baik sehingga kedua belah pihak saling menguntungkan.
2. Meningkatkan lagi hubungan dengan sponsor otomotif dan kalangan sponsor otomotif lainnya dengan mengadakan *tours* wisata sehingga terjadi kedekatan yang nyaman antara *Public Relations* Auto Radio dengan sponsor otomotif
3. Sebagai satu-satunya radio *automotive* yang ada di kota Bandung *Auto* Radio 88,9 FM di harapkan dapat memperluas cangkupan atau sasaran dikota-kota lain, seperti kota Jakarta
4. Memperhatikan sumber daya manusia tujuannya menghindari tidak fokus pada pekerjaan yang dapat menurunkan kredibilitas *Auto* Radio 88,9 FM misalnya untuk posisi *Public Relations* akan lebih baik jika

merekrut orang-orang yang memang lulusan dari jurusan *Public Relations*, karena menyangkut kelangsungan *Auto* Radio 88,9 FM Bandung kedepannya.

5.2.1 Saran Bagi Peneliti

1. Semoga penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian sejenis yang lebih baik.
2. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih dalam lagi tentang masalah ini.
3. Peneliti dapat lebih mempersiapkan segala sesuatu kepentingan yang berhubungan dengan penelitian seperti menyiapkan surat-surat, wawancara dan mengambil data.