BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengamatan penulis selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (105.1 FM I-Radio Bandung), maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Keberadaan Humas yang berada di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (105.1 FM I-Radio Bandung) masih berada pada naungan Divisi lain, kondisi ini berarti keberadaan humas di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (105.1 FM I-Radio Bandung) masih dalam bentuk *Method Of Communications*. Walaupun masih berada dibawah Divisi lain namun tidak mengurangi peran serta *Public Relations* dalam membentuk *good image* dan menjalin hubungan baik dengan publik.
2. Suatu komunikasi yang di lakukan sebuah radio tidaklah sama seperti komunikasi yang kita lakukan sehari-hari.
3. Dalam penulisan naskah siaran atau *script writing* I-Radio Bandung menggunakan bahasa yang bersifat *interaktif* yang di maksudkan untuk mengajak para pendengar pun ikut sebagai pelaku dalam program siarannya.
4. Dalam proses pengembangan ide dan kreatifitas dalam penulisan naskah iklan atau *copywriting*, I-Radio Bandung menggunakan dua sumber, yakni sumber faktual yang diperoleh dari data produk/ jasa

pihak pemasang iklan dan sumber dari imajinasi *copywriter*. Ide yang didapat bisa dari mana saja. Di I-Radio Bandung terdapat dua orang yang bekerja sebagai *copywriter* iklan dan merangkap sebagai Produser.

5. Jenis iklan yang digunakan I-Radio Bandung adalah *adlibs, recorded adlibs, spot* dan naskah iklan berbentuk humor yang sering digunakan dalam *spot.* I-Radio Bandung juga memiliki beberapa tipe penulisan naskah iklan atau *copywriting* iklan lainnya yang sama namun berbeda dalam kemasannya, yakni promo kalender, *music spot live*, *opening/ closing – live report* dan *opening/ closing tunes.*
6. Bahasa yang sering dipergunakan dalam pembuatan naskah iklan di radio I-Radio Bandung adalah bahasa formal. Gaya bahasa ini disesuaikan dengan segmentasi dan *positioning* dari I-Radio sendiri. Perpaduan gaya bahasa sesuai segmentasi yang dilakukan I-Radio dampaknya membuat klien lebih yakin bahwa produk yang mereka iklankan akan tepat pada sasarannya.
7. Pelayanan I-Radio 105.1 FM Bandung sangat baik dan saling menghormati, tidak membedakan senior dan junior mereka bekerja lebih kepada tim bukan mengandalkan individual mereka masing-masing.

Komunikasi yang di lakukan di I-Radio Bandung kritis, informatif tetapi ringan untuk di serap dan selalu memperhitungkan apa yang sedang hangat di bicarakan atau informasi unik yang layak untuk disiarkan

sehingga pendengar yang mendengarkan I-Radio Bandung pun menjadi tertarik dan tidak beranjak ke radio yang lain.

3.2 Saran

3.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Setelah mengutarakan kesimpulan seperti yang tersebut diatas, maka penulis akan menyampaikan beberapa saran kepada perusahaan / instansi tempat penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, sebagai berikut:

- Agar lebih fokus pada penulisan iklan atau penulisan naskah siaran dan lebih leluasa mengeksploitasi ide dan kreatifitas, ada baiknya apabila seorang *script writer* dan *copywriter* tidak merangkap menjadi satu pekerjaan.
- Mengingat cukup banyaknya iklan dari berbagai macam produk dan jasa yang diputar di radio saat ini, lebih baiknya untuk membuat penulisan naskah iklan atau *copywriting* dan pengisian suara iklan yang mudah diingat masyarakat.
- Agar iklan yang diputarkan dapat enak didengar dan dapat menarik perhatian pendengar, lebih baik pengisian suara dalam iklan dipilih sesuai dengan jenis iklan yang akan dipasarkan.
- Selalu membuat format acara yang baru yang lebih interaktif dan humor, bahkan format acara yang selama ini dianggap tidak mungkin di *on air* kan harus selalu terus di coba.

3.2.2 Saran untuk Mahasiswa/I PKL

Berikut adalah saran untuk mahasiswa PKL selanjutnya, jika ingin melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung).

1. Bekali diri dengan berbagai ilmu yang telah dipelajari untuk kemudian diaplikasikan secara langsung di tempat PKL.
2. Diusahakan untuk memperoleh nomor telepon perusahaan atau bagian secretariat PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung), agar dapat mengkonfirmasi keputusan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan.
3. Mahasiswa PKL harus lebih aktif lagi bertanya bila mengalami kesulitan dalam mengerjakan tugas yang diberikan.
4. Mahasiswa PKL harus teliti dan bertanggung jawab pada tugas yang diberikan.
5. Mahasiswa PKL harus dapat bersosialisasi baik dengan karyawan bagian tempat dimana mahasiswa melaksanakan Praktek Kerja Lapangan maupun dengan karyawan Divisi atau bagian lainnya.
6. Mahasiswa PKL harus dapat bekerja sama dengan mahasiswa PKL lainnya.
7. Mahasiswa PKL yang telah menyelesaikan masa Praktek Kerja Lapangan untuk selalu menjalin hubungan baik dengan instansi atau perusahaan dimana mahasiswa melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL).