

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari pembahasan tentang berbagai hal yang berhubungan dengan Strategi Promosi Radio Prambors Yogyakarta dalam mempertahankan pendengar pada bab sebelumnya, maka dalam bab ini akan disampaikan kesimpulan dan saran-saran sehubungan dengan tema penelitian yaitu :

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Radio Prambors Yogyakarta, peneliti dapat menyimpulkan Radio Prambors Yogyakarta merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa beriklan di Yogyakarta.

Dalam memperkenalkan jasanya kepada masyarakat, Radio Prambors Yogyakarta terlebih dahulu membuat perencanaan promosi, yakni mengidentifikasi audiens sasaran, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih saluran komunikasi, menentukan total anggaran promosi, memutuskan mengenai bauran promosi serta evaluasi untuk mengukur hasil dari kegiatan promosi yang dijalankan perusahaan.

Dalam pelaksanaan kegiatan promosi Radio Prambors Yogyakarta menggunakan bauran promosi yaitu advertising, dan interactive media seperti jejaring sosial Facebook, Twitter, dan Website Prambors. Prambors menggunakan media *below the line* seperti flyer, banner, spanduk dan poster dalam kegiatan promosinya, sedangkan kegiatan pendukungnya adalah kegiatan *event*.

Dalam pelaksanaan kegiatan promosi untuk mempertahankan pendengar Radio Prambors Yogyakarta lebih banyak fokus lewat jejaring sosial Twitter itu dikarenakan adanya interaksi langsung kepada konsumen sehingga langsung dapat mempengaruhi dan membangun kepercayaan antara keduanya. Alasan pemilihan jejaring *Facebook* dan *Twitter* adalah sebagai salah satu media komunikasi karena memiliki daya publikasi yang tinggi. Efektifitas pun sangat mudah dalam arti tidak menyita banyak waktu dan jangkauannya pun luas. Di samping itu di era modern sekarang ini, banyak orang yang mengakses media internet untuk kebutuhan mereka, dan informasi yang diberikan melalui *interactive media* ini jelas lebih *update*.

B. SARAN

Berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, Radio Prambors Yogyakarta merupakan salah satu media informasi dan hiburan yang memiliki segmentasi radio anak muda dan memiliki beberapa program acara unggulan yang juga memiliki banyak kompetitor di Yogyakarta. Maka peneliti memberikan saran kepada Radio Prambors Yogyakarta dalam beberapa hal yang dianggap peneliti masih kurang dan perlu untuk dimaksimalkan, sehingga dapat menjadi masukan dan evaluasi dalam penyusunan strategi promosi selanjutnya demi tercapainya target yang diinginkan, untuk itu saran penulis adalah :

1. Hendaknya Radio Prambors Yogyakarta melakukan perencanaan yang matang sebelum melakukan kegiatan promosi agar promosi yang dilakukan bisa berjalan efektif bukan hanya mengidentifikasi audiens

sasaran, menentukan tujuan komunikasi, namun juga harus bisa mengikuti keinginan pendengar.

2. Radio Prambors Yogyakarta bisa menambah SDM untuk membantu menjalankan aktivitas promosi di Radio Prambors Yogyakarta
3. Promosi merupakan ujung tombak berkembangnya sebuah perusahaan, sebaiknya Radio Prambors Yogyakarta mengalokasikan anggaran yang cukup untuk promosi guna berjalannya program-program promosi yang akan dilaksanakan agar bisa lebih kompetitif dengan pesaing yang