

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi yang digunakan oleh radio SBL FM Jombang adalah strategi komunikasi pemasaran dengan cara bertemu langsung dengan para calon pemasang iklan dengan menggunakan strategi *Pull*: menarik pemasang iklan dengan cara memberikan penawaran yang menarik dan juga memberikan kelebihan memasang iklan radio. Strategi *Push*, dimana pemasang iklan baru akan diberikan penawaran yang menarik seperti negoisasi tarif jasa dan kepada pemasang iklan lama diberikan beberapa hal yang membuat mereka nyaman untuk tetap beriklan di radio SBL seperti kebutuhan apa yang diperlukan tentang pemasang iklan di radio. Dan Strategi *Pass* yang dilakukan adalah memberikan alasan kenapa harus memasang iklan di radio SBL dan bagaimana manfaat yang akan di dapatkan oleh para calon pemasang iklan untuk memasang iklan di radio.
2. Peran strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh radio SBL FM Jombang mempengaruhi peningkatan jumlah pemasang iklan yakni dengan cara bertemu secara langsung dengan konsumen, dimana pihak radio SBL dapat memasukkan poin-poin seperti kelebihan, fungsi, serta manfaat memasang iklan di radio agar calon pemasang iklan menjadi tertarik.

#### B. Saran

Berdasarkan uraian diatas terdapat saran yang disajikan oleh penulis sebagai berikut:

1. Sebaiknya Radio SBL FM Jombang tetap mempertahankan strategi yang digunakan agar

pemasang iklan bertambah semakin banyak lagi dan mencoba untuk mempromosikan radio lewat media sosial agar lebih banyak konsumen yang mengetahui tentang keberadaan Radio SBL FM Jombang.

2. Sebaiknya Radio SBL FM Jombang ketika melakukan strategi pemasaran menambahkan unsur-unsur yang lebih menarik lagi agar para calon pemasang iklan tertarik, seperti menginformasikan bahwa radio SBL merupakan radio pemersatu bangsa yakni melalui perbedaan agama semua orang dapat hidup dengan damai dan tentram.