

BAB VI

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan diperoleh beberapa kesimpulan mengenai strategi komunikasi pemasaran Radio Gita FM dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi Covid-19, sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Radio Gita FM telah menyusun strategi komunikasi pemasaran untuk mempertahankan eksistensi yang sangat sesuai dilaksanakan pada masa pandemi Covid-19. Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Gita FM menggunakan strategi *Integrated Marketing Communication (IMC)*, seperti *advertising, public relations, event sponsorship, sales promotion, dan personal selling*. *Advertising* Radio Gita FM Jombang menggunakan beberapa cara yaitu dengan metode iklan di media pribadi, dan metode memasang iklan dengan menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang diperoleh dari *marketing* besar Surabaya, *door to door* dengan bertemu langsung dengan klien. *Public relations* Radio Gita FM peran dan fungsi PR dilakukan oleh admin, *marketing*, dan *program director*, sangat diperlukan peran sosial media untuk menambah relasi, *join* dengan komunitas yang memiliki benefit, memberikan CSR pada acara bakti sosial. *Event Sponsorship* dengan menjalin kerja sama dengan klien, saling memberikan informasi, dan menjadi *media partner* pada suatu *event*. *Sales Promotion*

dengan menggunakan metode kontes atau kuis berhadiah dengan menjalin kerja sama dengan *brand* tertentu. *Personal selling* promosi radio Gita FM melakukan pendekatan dengan klien secara langsung, melakukan pertemuan langsung dengan klien untuk merundingkan keinginan dari klien

2. Faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan strategi komunikasi pemasaran oleh Radio Gita FM yaitu, faktor pendukung adalah adanya aplikasi OnEars yang dapat diunduh di *playstore* maupun *appstore*, memanfaatkan sosial media, dan tergabung pada keanggotaan PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia). Faktor penghambatnya adalah kurang sumber daya manusia, majunya perkembangan sosial media, sulitnya mengajak orang lama untuk berkembang, dan kurangnya kepercayaan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi pemasaran Radio Gita FM dalam mempertahankan eksistensi di masa pandemi Covid-19. Adapun saran yang peneliti berikan, sebagai berikut:

1. Bagi Radio Gita FM

Radio Gita FM merupakan radio yang sudah lama ada di Kabupaten Jombang, dan tentunya harus bisa menjaga eksistensinya agar tetap dapat diminati oleh khalayak. Selalu *update* terhadap strategi-strategi yang dilakukan, saling *support* terhadap struktur organisasi juga sangat diperlukan., menambah SDM (sumber daya manusia) dengan mengisi bidang yang kosong. Dan memaksimalkan perkembangan sosial media.

2. Bagi pendengar dan pengiklan

Untuk pendengar tetaplah mendengarkan Radio Gita FM karena banyak informasi yang berguna, yang disampaikan oleh penyiar ketika *on air*, bagi pengiklan menghilangkan stigma bahwa radio sudah tidak ada pendengar atau peminatnya lagi. Banyak benefit yang didapatkan ketika melakukan kerja sama dengan Radio Gita FM.