

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Radio Geronimo FM Yogyakarta dalam meningkatkan minat pendengar dan minat pengiklan yaitu melalui cara *audience focus*, *Channel Centered* dan *Result Driven*. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

5.1.1. Audience Focused

1. Radio Geronimo FM Yogyakarta melakukan proses *audience* dengan mengidentifikasi pasar. Radio Geronimo melakukan identifikasi pasar dengan melihat masyarakat dengan mengikuti perkembangan jaman.

2. Segmentasi Radio Geronimo

Radio Geronimo FM Yogyakarta melakukan proses segmentasi dengan mengelompokan berdasarkan tingkat kebutuhan masyarakat dan segmentasi pasar menjangkau berbagai usia.

3. *Targeting* Radio Geronimo

Radio Geronimo FM Yogyakarta melakukan *Targeting* Radio dengan rentang usia 18 sampai dengan 40 tahun.

4. *Positioning* Radio Geronimo

Radio Geronimo FM Yogyakarta melakukan *Positioning* dengan menggunakan slogan "Love Jogja and You".

5.1.2. Channel Centered

Channel Centered pada Radio Geronimo yaitu dengan memberikan program-program yang menarik untuk pendengar Geronimo.

5.1.3. Result Driven

Result driven yang dilakukan Radio Geronimo yaitu :

1. Periklanan (*Advertising*)

Radio Geronimo melakukan periklanan yaitu dengan menggunakan website, facebook, intagram, tiktok dan youtube.

2. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Radio Geronimo melakukan pemasaran langsung dengan memberikan proposal kepada perusahaan untuk melakukan kerjasama atau dalam hal sponsor acara.

3. Promosi Penjualan (*Salles Promotion*)

Radio Geronimo melakukan promosi penjualan kepada klien yang akan melakukan iklan atau kerjasama kepada Radio Geronimo dengan cara memberikan diskon khusus.

4. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Radio Geronimo melakukan penjualan secara personal yaitu dengan mendatangi perusahaan-perusahaan, dinas, komunitas yang akan membuat acara dengan menawarkan untuk mengiklan di Radio Geronimo.

5. Hubungan Masyarakat (*Public relations*)

Pada Radio Geronimo tidak memiliki *publik relations* khusus. Seluruh bagian manajemen adalah sebagai public relations.

6. *Interactive Marketing*

Radio Geronimo menggunakan metode *interactive marketing* dengan melakukan pemasaran interaktif saat membawakan acara di radio Geronimo.

7. *Word Of Mouth* (mulut ke mulut)

Radio Geronimo tidak Menggunakan metode *Word Of Mouth* (mulut ke mulut)

8. *Sponsorship*

Radio Geronimo FM sudah banyak melakukan *sponsorship*, baik itu event komunitas ataupun event-event yang besar sekalipun.

9. *Event & Experience*

Kalau untuk membuat event itu sendiri untuk saat ini belum dilakukan oleh Radio Geronimo FM, tetapi kalau sebagai media patner sudah banyak yang dilakukan oleh Geronimo FM

1.2 Saran

Saran dalam penelitian ini yaitu:

1. Walaupun adanya perubahan jaman yang akan menjadi hambatan pada Radio Geronimo, saran peneliti Radio Geronimo harus tetap mengembangkannya dengan selalu mengikuti perkembangan jaman sebagai suatu motivasi untuk menjadi lebih baik di hari selanjutnya, mengingat peranan media sangat penting dalam meningkatkan penjangkaran iklan kepada pendengar adalah suatu cara untuk mempermosikan barang atau jasa.
2. Radio Geronimo disarankan agar tetap eksis dalam menyiarkan iklan terhadap masyarakat dan juga melalui kegiatan sosial sehingga masyarakat lebih tertarik untuk memasang iklan di Radio Geronimo

