

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan dari penelitian ini yakni Radio MQFM Jogja telah menjalankan strategi pemasaran *digital*, Radio MQFM Jogja menggunakan dua media sosial yang aktif digunakan, yakni *Instagram* dan *Youtube*. Radio MQFM Jogja dalam kegiatan sosial mediana telah menerapkan aktivitas yang seharusnya dilakukan, seperti *social media maintenance*, *Social Media Endorsement*, dan *Social Media Activation*. Peranan *influencer* dalam strategi pemasaran digital sangat membantu dan mendukung penyebaran informasi yang dilakukan oleh Radio MQFM Jogja, baik murni program acara radio maupun hasil kolaborasi. Aktivitas yang dilakukan *influencer* untuk mendukung penyebaran informasi menghasilkan efek yakni pendengar meningkat, peningkatan insight, dan penyebaran branding Radio MQFM Jogja di media sosial lebih luas lagi melalui *influencer*.

5.2 Saran

Bagian ini berisikan saran yang telah peneliti tarik dari penelitian yang telah dilakukan yakni Radio MQFM Jogja dapat menerapkan promosi melalui media online maupun offline untuk memperkenalkan Radio MQFM Jogja dengan lebih luas dan konsisten lagi. Selain itu dapat menerapkan promosi secara berkala melalui fitur *Instagram Ads* maupun *Facebook Ads*, dan *You Tube Ads*.

Dalam kolaborasi MQFM Jogja dapat membuat suatu program yang dihandle oleh beberapa *influencer* yang telah memiliki pasar dan massa yang cukup banyak. Hal itu dapat membangun branding Radio MQFM Jogja lebih baik lagi dan lebih luas lagi. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi acuan mahasiswa lain tentang dunia digital marketing dan penerapannya di praktek dengan lebih baik lagi karena bisnis digital marketing di era digital saat ini sedang gencar dan merupakan garda terdepan sebuah bisnis tersebut berjalan dengan lancar sesuai apa yang diharapkan semua pihak.