

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan analisis yang diperoleh pada penelitian mengenai Strategi Komunikasi Radio MQFM Jogja dalam Membangun Kemitraan Melalui Program MBKM dapat disimpulkan seperti sebagai berikut:

Strategi kemitraan yang dilakukan dalam membangun kerjasama kemitraan pada program magang MBKM yaitu dengan menentukan target sasaran atau target audiens terlebih dahulu. Selanjutnya melakukan promosi yang dilakukan di media sosial dan pemasaran langsung dengan mengenalkan program dan tujuan yang diberikan langsung kepada instansi yang bersangkutan.

Faktor yang mendukung dalam membangun kerjasama kemitraan terhadap program magang MBKM adalah sumber daya yang memiliki latar belakang pendidikan sesuai yang dibutuhkan, peralatan-peralatan yang digunakan dalam pembuatan program, baik di studio maupun luar studio sehingga program magang MBKM ini, bisa dikemas dengan semenarik mungkin dan juga dapat menarik hati calon mitra untuk bekerja sama dalam program yang ada didalam magang MBKM ini. Faktor penghambat yaitu sosialisasi adanya situasi pandemi, tingkat kesadaran masyarakat akan MQFM Jogja yang masih rendah, dan rekam jejak MQFM Jogja di mata mitra yang kurang baik.

Strategi komunikasi dalam menjalin kemitraan berjalan dengan baik walaupun terdapat kendala, yaitu pandemic COVID-19. Namun, peserta MBKM tetap dapat menjalin hubungan kemitraan dengan target yang dituju.

5.2. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyarankan untuk meningkatkan kualitas komunikasi kemitraan agar dapat menjalin hubungan dengan lebih baik. Kemudian, penelitian ini diharapkan menjadi teori kemitraan dapat dikembangkan lagi dalam penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian terkait membangun strategi komunikasi dalam menjalin kemitraan. Penelitian ini juga diharapkan menjadi

acuan penerapan strategi komunikasi dalam menjalin kemitraan selanjutnya di MQFM Jogja dan perusahaan lainnya.

