

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Radio adalah komunikasi massa satu arah yang mempunyai misi menyampaikan pesan berupa berita, informasi dan hiburan kepada khalayak yang sangat luas. Sebagai salah satu Benstuk komunikasi massa yang masih kita dengar dan nikmati hingga saat ini, radio telah jauh berkembang sebelum menjadi media komunikasi massa seperti sekarang ini.

Radio Bens dikenal sebagai radio etnik Betawi, namun sayangnya budaya Betawi lambat laun tersingkir oleh budaya luar dan trend masa kini. Karena hampir tidak ada stasiun radio lain yang menawarkan informasi dan hiburan kepada pendengarnya tentang tren dan gaya budaya saat ini. Radio Bens yang masih lekat dengan budaya Betawi sebagai merek dagangnya memang tidak mudah, namun dibutuhkan strategi komunikasi yang baik untuk terus melibatkan pendengar di era digital seperti saat ini.

Strategi komunikasi merupakan gabungan dan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Strategi komunikasi merujuk pada strategi untuk mencapai pemahaman antar lawan bicara saat berkomunikasi.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi komunikasi Bens Radio dalam mempertahankan pendengar di era digital maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Peneliti menemukan bahwa Bens Radio dalam melakukan strategi komunikasi untuk mempertahankan pendengar di era digital tidak sepenuhnya menggunakan

model (PESO) paid media, earned media, shared media, dan owned media, dengan penjelasan sebagai berikut:

- a. Model paid media sebagai metode dengan menggunakan iklan dan sponsor berbayar tidak digunakan oleh Bens Radio saat ini. Bens Radio memiliki keyakinan bahwa dengan sumber daya sosial media dan audiensnya yang sekarang mampu mempertahankan pendengar sekaligus menambah jumlah pendengar lagi.
 - b. Model yang kedua adalah earned media, disini Bens Radio menggunakan model ini dilihat dari adanya media lain seperti media TV yang masih meliput tentang Bens Radio. Bahkan, Bens Radio juga melakukan kerja sama dengan stasiun TV yaitu TVRI untuk membuat sebuah program TV tentunya hal ini sangat berpengaruh baik pada Bens Radio.
 - c. Shared media digunakan juga oleh Bens Radio sebagai salah satu strategi komunikasinya, karena sosial media Bens Radio sekarang seperti Instagram, Facebook, dan Twitter sudah memiliki cukup banyak pengikut sehingga Bens Radio hanya perlu memberikan konten yang menarik sekaligus sesuai dengan gaya betawi Bens Radio
 - d. Selanjutnya owned media juga digunakan oleh Bens Radio, sebagai salah satu radio terbesar di Jabodetabek, Bens Radio menggunakan website sebagai *streaming* radio agar tetap bisa dijangkau terus oleh pendengarnya.
2. Peneliti menemukan strategi alternatif lain yang digunakan oleh Bens Radio diluar dari strategi komunikasi model PESO, yaitu dengan melakukan *riding the wave* dimana Bens Radio peka terhadap *trend* yang terjadi saat ini dan akan dibalut dengan gaya Bens Radio sendiri, kemudian Bens Radio tetap mempertahankan keotentikannya sebagai radio Betawi satu-satunya.
3. Hasil wawancara dengan Produser Bens Radio mengatakan dengan penggunaan strategi tersebut terjadi peningkatan pendengar yang didapat oleh Bens Radio yaitu

sebesar 2.619.000± Juta, dan menempatkan Bens Radio di urutan pertama sebagai radio dengan pendengar terbanyak se-Jabodetabek.

5.2 Saran

Pada penelitian yang berjudul Penerapan Strategi Komunikasi Bens Radio demi Mempertahankan Pendengar di Era Digital, peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih ditemukan kekurangan serta kelemahan. Adapun saran – saran yang peneliti jabarkan mengenai permasalahan dalam penelitian ini, antar lain

5.2.1 Saran Praktis

- a. Bens Radio telah menggunakan 3 model dari 4 dalam strategi komunikasi model PESO, pada kondisi ini memang Bens Radio telah merencanakan startegi komunikasi dengan matang, namun tetap disarankan agar setiap perusahaan dapat bersifat fleksibel dalam menjalankan bisnisnya dan tidak terpaku pada startegi komunikasi yang telah dijalankan.
- b. Tidak ada salahnya apabila kedepannya Bens Radio mau menggunakan iklan berbayar atau sponsor untuk dapat mengembangkan konten atau menaikkan *engagement* untuk dapat lebih menarik segementasi yang lebih luas lagi. Terlebih saat ini Bens Radio sudah baik dalam menjalankan strategi komunikasinya.
- c. Dengan dilakukannya strategi komunikasi melalui sosial media dengan cara *riding the wave* untuk dapat lebih diperhatikan lagi agar konten yang dibuat masih tetap sesuai sebagai Radio pada umumnya dan sesuai dengan segmentasi Bens Radio.

5.2.2 Saran Teoritis

Penelitian ini harus diteliti lebih mendalam dan lebih mengkaji perigal strategi komunikasi meliputi beberapa hal sebagai berikut:

1. Peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya agar dapat menemukan dan mencari refrensi teori terbaru dan *terupdate* lainnya mengenai startegi komunikasi

agar menjadikan penelitian selanjutnya dapat memiliki kebaruan dan lebih mendalam lagi. Karena, dengan adanya penelitian ini dapat mengembangkan kajian dan disiplin Ilmu Komunikasi khususnya meningkatkan dan mengembangkan pengetahuan mengenai Strategi Komunikasi model PESO. Terlebih penggunaan model ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi komunikasi dan agar dapat meminimalisir hambatan dari keterbatasan sumber daya, hingga sulitnya menerapkan strategi itu sendiri.

2. Pada penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan subjek penelitian yang berbeda dari penelitian ini baik dari nama perusahaan maupun segi jenis perusahaan sehingga akan lebih memperkaya pengetahuan mengenai strategi komunikasi yang dilakukan perusahaan lainnya diluar media radio.