

BAB V

Penutup

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian dengan judul “Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Pelita Kasih Dalam Upaya Menarik Minat Pengiklan Di Era Industri 4.0” peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Komunikasi Pemasaran yang di gunakan Radio Pelita Kasih Radio dalam strateginya dengan pemanfaatan ciri khas radio kesehatan dan pendidikan tersebut dengan output yang dihasilkan harus mengedukasi.
2. Strategi terkait era 4.0 yang dilakukan Radio Pelita Kasih Radio dalam era ini lebih menekankan konten digital dengan strategi *multimedialty* dengan melakukan regenerasi program dan juga bentuk iklan yang beragam yang lebih *fleksibel* pada era sekarang..
3. Dalam melakukan kegiatan strateginya Radio Pelita Kasih juga menerapkan model 6 komunikasi pemasaran terpadu yaitu dilihat bahwa *marketing tools* yang digunakan melalui semua kegiatan :
 - Periklanan membuat berbagai bentuk iklan yang beragam dengan konten yang konsisten dengan output yang mengedukasi sehingga hal ini yang menjadi beranding tersendiri
 - Intenet Marketing dengan memanfaatkan berbagai macam bentuk media digital juga menyesuaikan era dan juga produk yang akan diiklankan memberikan pemahaman akan *IoT (Internet of Things)*.
 - Promosi penjualan menekankan aspek menjaga loyalitas serta pemahaman dari klien sehingga apa yang diinginkan bisa terpenuhi dan juga memberikan kepuasan
 - Public Relation membangun image produk bagi klien melalui kegiatan publisitas guna membangun kepercayaan antara pengiklan dan juga masyarakat

- Penjualan personal melakukannya secara *face to face* dengan *responsive* dibekali pemahaman produk *knowledge* yang baik
 - Penjualan langsung dengan menggunakan upaya *telemarketing* menekankan pada aspek akses yang diberikan Radio Pelita Kasih kepada klien.
4. Setiap strategi komunikasi yang dilakukan pastinya memiliki tantangan Keterbatasan sumber daya manusia sehingga peran tertentu harus ditangani bergantian dan peningkatan kualitasnya dengan membuat inovasi- inovasi baru, yang mengikuti perkembangan industri 4.0 dengan pemanfaatan media baru seperti media social .melalui konten digital yang dibuat kreatif dan lebih menitik beratkan pada iklan/produk. .

5.2 Saran

Berdasarkan Analisis data dan kesimpulan tentang penelitian berjudul “Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Radio Pelita Kasih Dalam Upaya Menarik Minat Pengiklan Di Era Industri 4.0 ” maka dapat diambil saran beberapa saran bagi Radio Pelita Kasih yaitu, Saran dari peneliti, sebaiknya dalam meningkatkan strategi pemasaran penerapan sumber daya manusia (SDM) perlu mendapat perhatian terutama baik di bidang pemasaran iklan karena kurangnya sumber daya manusia dapat menghambat kegiatan dari strategi komunikasi pemasaran itu sendiri. Perlu ada nya penambahan sumber daya manusia pada pada bidang tertentu sehingga menjadi kelancaran terkait peningkatan yang dilakukan secara berkala. Peneliti Mengharapkan pada bagian sumber daya manusia dengan memberikan pembekalan terkait upaya yang akan dilakukan sehingga perannya mampu dilaksanakan secara optimal.