

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Model *Corporate Rebranding* dalam Meningkatkan *Brand Equity* Melalui Program *Marketing Mix* (survei pada komunitas pendengar Radio Play99ers di Kota Bandung) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Gambaran *Corporate Rebranding* terhadap *Brand Equity* melalui *Marketing Mix* dinilai tinggi oleh komunitas pendengar radio Play99ers di kota Bandung
 - a. Gambaran *Corporate Rebranding*, dimensi *repositioning* mendapat persentase kinerja tertinggi terutama upaya reposisi yang dilakukan radio Play99ers telah berjalan cukup baik karena tidak terjadi perubahan yang cukup besar pada posisi radio Play99ers sebagai radio anak muda. Sedangkan dimensi *relaunching* mendapat persentase kinerja terendah, dimana radio Play99ers telah melakukan upaya *relaunching* dengan cukup baik agar pendengar dan masyarakat mengetahui perubahan yang terjadi. Namun upaya *relaunching* yang dilakukan belum cukup maksimal dengan hanya memberikan informasi melalui siaran *on air* juga *branding* pada perangkat siaran radio Play99ers seperti *banner* dan *ob van*.
 - b. Gambaran *Marketing Mix*, dimensi *people* mendapat persentase kinerja tertinggi dimana karyawan yang terdiri atas penyiar dan *crew* dianggap memiliki kecakapan yang baik dalam penyampaian dan informasi dan segi *entertaining* menurut pendengar. Sedangkan dimensi *promotion* mendapat persentase kinerja terendah dimana dari aspek promosi radio Play99ers memutar iklan yang beragam dengan pengaturan waktu siar yang disesuaikan hal tersebut dilakukan untuk menghindari kemungkinan pendengar berpindah ke saluran radio lain. Namun untuk iklan promo *on air* yang terdiri dari *public service announcement*, dan promo program radio Play99ers masih kurang menjadi perhatian pendengar radio.
 - c. Gambaran *Brand Equity*, dimensi *perceived quality* mendapat persentase kinerja tertinggi dimana sebagian besar pendengar memiliki persepsi akan

kualitas yang baik terhadap radio Play99ers. Sedangkan dimensi *brand loyalty* mendapat persentase kinerja terendah dimana tingkat loyalitas pendengar radio Play99ers sudah cukup baik namun tidak semua pendengar hanya setia mendengarkan satu saluran radio saja yaitu Play99ers karena adanya kecenderungan mendengarkan radio lain sebagai alternatif.

2. Pengaruh *Corporate Rebranding* terhadap *Marketing Mix* berpengaruh secara positif signifikan. Dimensi yang mendapatkan penilaian tertinggi berdasarkan penilaian komunitas pendengar adalah *repositioning* dengan indikator *high performance* karena reposisi yang kuat akan memperlihatkan perubahan di mata konsumen dalam hal ini pendengar dan pengiklan. Semakin mudah stasiun radio diakses dan memberikan kesempatan berinteraksi bagi pendengarnya maka akan semakin banyak pendengar sebuah radio, sehingga pengiklan akan tertarik untuk memasang iklannya di radio tersebut. Iklan menjadi salah satu sumber pendapatan bagi perusahaan, oleh karena itu *corporate rebranding* berpengaruh terhadap *marketing mix* radio Play99ers.
3. Pengaruh *Marketing Mix* dalam meningkatkan *Brand Equity* berpengaruh secara positif signifikan. Dimensi yang mendapatkan penilaian tertinggi berdasarkan penilaian komunitas pendengar adalah *people* yang memiliki penilaian tertinggi dengan indikator penyiar dan *crew* karena penyiar atau *crew* yang berinteraksi dengan pendengar menjadi perwakilan utama stasiun radio dengan pasar sasaran. Memiliki penyiar dan *crew* yang informatif dan menghibur bagi dapat meningkatkan ekuitas merek stasiun radio karena penyampaian program akan bergantung pada seberapa baik keterampilan penyiar disesuaikan dengan program yang dibawakan.
4. Pengaruh *Corporate Rebranding* dalam meningkatkan *Brand Equity* berpengaruh secara positif signifikan. Dimensi yang mendapatkan penilaian tertinggi berdasarkan penilaian komunitas pendengar adalah *repositioning* dengan indikator *high performance*. Semakin mudah mengakses dan berinteraksi dengan stasiun radio bagi pendengarnya maka akan dapat menjaring pendengar baru bahkan menjaga pendengar lama yang menjadi aset

bagi perusahaan. Oleh karena itu *corporate rebranding* berpengaruh dalam meningkatkan *brand equity* radio Play99ers.

5. Pengaruh *Corporate Rebranding* dalam meningkatkan *Brand Equity* melalui *Marketing Mix* yaitu variabel *marketing mix* mengintervensi pengaruh *corporate rebranding* dalam meningkatkan *brand equity*. Perubahan yang dilakukan oleh radio Play99ers yang selama lebih dari 15 tahun memiliki reputasi baik pada pendengarnya tidak berdampak begitu besar karena perubahan hanya terjadi pada aspek kepemilikan perusahaan, perubahan logo, dan penambahan “play” pada kata 99ers. Sedangkan segmen radio dan program siaran *on air* tidak banyak berubah, sehingga pendengar tetap mendengarkan radio Play99ers. Namun, hal tersebut didukung oleh program bauran pemasaran seperti memberikan program yang menarik, penyiar yang berkualitas, dan promosi untuk mendapatkan perhatian pendengar. Upaya-upaya tersebut dilakukan agar ekuitas merek radio Play99ers semakin meningkat.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Analisis Model *Corporate Rebranding* dalam Meningkatkan *Brand Equity* Melalui Program *Marketing Mix* (survei pada komunitas pendengar Radio Play99ers di Kota Bandung) maka dapat direkomendasikan sebagai berikut:

1. Terkait *Corporate Rebranding*, *Marketing Mix*, dan *Brand Equity*
 - a. Berdasarkan hasil temuan terkait gambaran *Corporate Rebranding* pada komunitas pendengar radio Play99ers di Kota Bandung menunjukkan bahwa dimensi *relaunching* mendapatkan nilai yang paling rendah, perusahaan perlu melakukan upaya *relaunching* lebih baik lagi dengan menerbitkan *press release* pada koran atau majalah sehingga masyarakat mengetahui perubahan merek perusahaan yang dilakukan oleh radio Play99ers untuk lebih meningkatkan *brand equity*. Langkah strategis yang dapat ditempuh dengan memberikan informasi baik berupa iklan cetak ataupun *radio activity*.

- b. Terkait gambaran *Marketing Mix* merekomendasikan agar intensitas promosi internal seperti (iklan program, *public service announcement*, spot, dan adlibs) lebih diperbanyak untuk menarik pendengar radio Play99ers di Kota Bandung yang dapat menarik perhatian pengiklan untuk memasang iklannya dan menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Langkah strategis yang dapat ditempuh dengan mengemas promosi baik iklan maupun promosi internal dengan lebih menarik dan memiliki ciri khas bagi pendengar.
 - c. Terkait gambaran *Brand Equity* merekomendasikan agar perusahaan diharapkan dapat meningkatkan kualitas program siaran, penyiar yang bertugas, *playlist* yang diputarkan, dan membuat variasi siaran seperti kuis agar pendengar setia mendengarkan radio Play99ers. Pendengar yang setia mendengarkan radio dapat menjadi aset bagi perusahaan. Langkah strategis yang dapat ditempuh dengan melakukan survei kepada pendengar terkait siaran *on air* (program, penyiar, iklan, dll).
2. Pengaruh *Corporate Rebranding* terhadap *Marketing Mix*, upaya *relaunching* yang belum maksimal dapat mempengaruhi kegiatan bauran pemasaran. Ketidaktahuan konsumen yang terdiri dari pendengar dan pengiklan akan perubahan yang terjadi pada radio Play99ers akan berdampak kurang baik bagi perusahaan. Oleh karena itu diperlukan upaya seperti kegiatan pemberian informasi mengenai perubahan radio Play99ers yang dapat menjangkau publik, sehingga pengiklan pun tidak ragu untuk memasang iklan di radio Play99ers.
 3. Pengaruh *Marketing Mix* dalam meningkatkan *Brand Equity*, promosi yang kurang menarik minat dan menjaring pendengar akan berpengaruh terhadap pendengar yang mendengarkan radio Play99ers sebagai aset perusahaan. Diperlukan upaya promosi yang dapat mengajak pendengar lama untuk tetap mendengarkan radio Play99ers sekaligus pendengar baru seperti memaksimalkan *insert* atau *spot* putar *on air*, sosial media (instagram, twitter, facebook, dll) sehingga pendengar mengetahui berbagai macam informasi terkait radio Play99ers secara maksimal.

4. Pengaruh *Corporate Rebranding* dalam meningkatkan *Brand Equity*, agar dapat memberikan kepercayaan terhadap konsumen akan identitas radio Play99ers yang baru diperlukan upaya memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan dengan pelayanan pada identitas radio sebelumnya. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap keputusan pendengar untuk tetap mendengarkan radio Play99ers berdasarkan pengalaman dengan identitas sebelumnya atau bahkan beralih ke radio lainnya karena merasa tidak tertarik dengan identitas radio Play99ers yang baru. Oleh karena itu diperlukan upaya seperti memberikan program siaran, *playlist*, *crew* yang bertugas yang menjadi ujung tombak radio agar sesuai dengan harapan pendengar.
5. Pengaruh *Corporate Rebranding* dalam meningkatkan *Brand Equity* melalui *Marketing Mix*, perubahan identitas dapat membahayakan bagi keberlangsungan hidup perusahaan di masa depan jika dilaksanakan dengan kurang baik dan dapat mengancam ekuitas merek. Oleh karena itu, upaya *rebranding* yang dilakukan perusahaan perlu dilakukan dengan memperhatikan aset yang dimiliki perusahaan, dalam hal ini pendengar radio dan pengiklan. Perusahaan harus memberikan layanan yang berkualitas disaat identitas baru perlu beradaptasi dengan konsumen. Program bauran pemasaran yang tepat dan sesuai seperti perangkat siaran baik *on air* maupun *off air* perlu dikemas sebaik mungkin sehingga dapat diterima oleh konsumen.
6. Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian secara lebih mendalam mengenai *corporate rebranding*, *marketing mix* dan *brand equity* juga dengan menambahkan variabel lainnya yang dapat menjadikan penelitian lebih akurat dan berguna baik secara akademis maupun bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyiaran seperti *brand relationships*, *brand preference*, *customer relationship management*, *customer loyalty*, *marketing communication*, *brand image*, *brand identity*, dan *public relations strategy*.

