

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Program *public relations and publicity* yang dilakukan radio Rama sudah dilaksanakan dengan relatif baik. Adapun program *public relations and publicity* yang dilakukan radio Rama terdiri dari publikasi (*publication*), berita (*news*), kegiatan pelayanan masyarakat (*public-service activities*), dan media identitas (*identity media*). Tanggapan responden terhadap kinerja program *public relations and publicity* yang dilakukan radio Rama diukur berdasarkan kejelasan publikasi, frekuensi publikasi, kemudahan mendapatkan informasi, daya tarik aktifitas publikasi, daya tarik alat publikasi, ketepatan media publikasi, ketepatan media penyampaian berita, isi berita, frekuensi penyampaian berita, pelaksanaan kegiatan pelayanan masyarakat, frekuensi pelaksanaan kegiatan pelayanan masyarakat, kejelasan identitas/logo perusahaan, slogan, dan penampilan karyawan, dinilai oleh responden sudah baik, akan tetapi frekuensi publikasi dinilai kurang oleh responden.
2. Program *event and experience* yang dilakukan radio Rama sudah dilaksanakan dengan relatif baik. Tanggapan responden terhadap kinerja program *event and experience* yang dilakukan radio Rama diukur berdasarkan frekuensi *event*, pengetahuan responden akan *event*, tujuan *event*, kemudahan mendapatkan informasi mengenai *event*, dan kemudahan keikutsertaan dalam *event*, frekuensi keikutsertaan, serta daya tarik *event*

dinilai oleh responden sudah baik, akan tetapi kesesuaian pemilihan lokasi penyelenggaraan *event* dinilai kurang sesuai oleh responden.

3. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian, didapat kesimpulan bahwa *brand equity* radio Rama termasuk pada kategori tinggi yang menunjukkan keefektifan program-program yang dilakukan untuk membangun dan meningkatkan *brand equity* radio Rama, akan tetapi responden menilai bahwa pengenalan radio Rama masih kurang, dengan memberikan skor terendah sebesar 337.
4. Terdapat pengaruh dari program *public relations and publicity* dan *event and experience* terhadap *brand equity* sebesar 36,8%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dari kedua variabel X terhadap variabel Y, koefisien yang diperoleh menunjukkan korelasi yang tinggi antara *public relations and publicity* dan *event and experience* dengan *brand equity*.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada pendengar radio di kota Bandung, maka penulis menyarankan hal-hal sebagai berikut dengan harapan dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi PT Radio Salam Rama Dwihasta, di antaranya sebagai berikut :

1. Radio Rama perlu memperbaiki pelaksanaan program *public relations and publicity* melalui publikasi, terutama dalam hal frekuensi pelaksanaan publikasi yang dirasa kurang oleh responden, karena publikasi yang dilakukan dengan frekuensi yang cukup dan dikemas dalam bentuk yang menarik akan mampu meningkatkan kesadaran dan citra merek sebagai bagian dari *brand equity*.

2. Radio Rama perlu memperbaiki pelaksanaan program *event and experience*, terutama dalam hal pemilihan lokasi *event* yang dirasa kurang sesuai oleh responden. Lokasi penyelenggaraan *event* sebaiknya disesuaikan dengan jenis *event*, tujuan *event*, sponsor maupun produk sponsor. *Event* yang diselenggarakan di lokasi yang tepat ditunjang dengan format acara, pengisi acara, dan promosi yang baik akan mampu meningkatkan kualitas dari *event* yang diselenggarakan dan secara tidak langsung akan mempengaruhi kesadaran dan citra merek sebagai bagian dari *brand equity* Radio Rama.
3. Banyaknya stasiun radio siaran swasta di kota Bandung membuat radio Rama harus kembali menyusun strategi untuk dapat bertahan dan bersaing dalam media penyiaran radio di kota Bandung. Berbagai kegiatan seperti aktifitas promosi yang dapat dilakukan melalui publikasi, penyelenggaraan *event* harus lebih sering dilakukan dalam bentuk /format yang lebih menarik agar masyarakat kota Bandung dapat menyadari keberadaan radio Rama dan mengenal radio Rama sebagai radio yang memiliki berbagai program yang menarik untuk ditawarkan. Sehingga pada akhirnya radio Rama dapat mengungguli pesaing-pesaingnya dan kembali menduduki posisi teratas radio yang memiliki pendengar terbanyak di kota Bandung.