**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

1. **KESIMPULAN**
2. Situasi (*situation*) yang dihadapi FeMale Radio adalah dalam persaingan untuk itu FeMale Radio tetap berusaha untuk menjaga posisinya sebagai radio musik perempuan nomor satu.
3. *Objectives* FeMale Radio adalah mempertahankan posisi FeMale Radio Jakarta agar tetap menjadi nomor satu dikalangan radio perempuan.
4. *Strategy* FeMale Radio adalah *Relationship Strategy* dengan cara bekerjasama dengan pihak kedua, beriklan, menjaga *brand*, pada saat *On Air* harus membuat para pendengar nyaman ketika sedang mendengarkan radio dengan durasi selama-lamanya, menjaga hubungan baik dengan para *stakeholders*.
5. Taktik yang dilakukan FeMale Radio adalah berjualan, memantau dan mem*backup* tim *sales*, berusaha mencari *client*, dan mencapai target.
6. Pelaksanaan dari taktik promosi adalah memperbanyak program-program yang menarik, baik dari internal, tim program maupun tim yang membuat konten, berusaha membuat program-program yang menarik agar dapat menjual ke *client*. Lebih memvariasikan program-program baru yang menarik dan konten-konten dari program dibuat lebih menarik dan *up to date*.
7. Melakukan Evaluasi dan bentuk pengendalian yang dilakukan FeMale Radio adalah menindaklanjuti hasil dari evaluasi.
8. Strategi promosi FeMale Radio Jakarta sesuai model SOSTAC karena FeMale Radio telah melaksanakan semua unsur yang terdapat dalam SOSTAC mulai dari menjaga posisi FeMale Radio yang tetap menjadi nomor satu di segmen radio perempuan hingga melakukan evaluasi strategi secara berkala.
9. **SARAN**

FeMale Radio Jakarta lebih dapat meningkatkan strategi promosinya, misalnya FeMale Radio Jakarta membagi-bagikan tiket konser dan yang lainnya, selain itu timbal baliknya bisa mendapatkan voucher dari FeMale Radio Jakarta bagi media *partner* yang bekerja sama dengan FeMale Radio Jakarta. Memperbanyak program-program yang menarik, baik dari internal, tim program maupun tim yang membuat konten, berusaha membuat program-program yang menarik agar dapat menjual ke *client*. Karena apabila program FeMale Radio Jakarta kurang menarik, *client* tidak akan sponsor atau memilih radio lain yang mempunyai program lain yang menarik. Lebih memvariasikan program-program baru yang menarik dan konten-konten dari program dibuat lebih menarik dan *up to date*. Semakin banyak iklan dipengaruhi seberapa bagus radio pada akhirnya. Jika radio bagus, orang menjadi banyak mendengarkan, apabila pendengar makin banyak, maka pengiklan menjadi tertarik untuk beriklan dan menjual produknya melalui FeMale Radio Jakarta.