

BAB V

PENUTUP

KESIMPULAN & SARAN

A. Kesimpulan

1. Brand positioning Milenials Radio dari penelitian yang telah dilakukan ternyata hanya memiliki unsur-unsur dari brand positioning atribut produk, manfaat produk, kelompok pengguna, pesaing, dan kategori produk. Unsur brand positioning harga belum ada. Hingga saat ini belum ada tim marketing yang dibentuk.
2. Personal branding Milenials Radio ternyata dalam menciptakan *personal branding* para virtual announcernya dari hasil penelitian yang diperoleh, unsur-unsur personal branding yang dimiliki yaitu kepribadian, konsistensi, kesatuan, keteguhan, dan nama baik. Unsur spesialisasi, kepemimpinan, perbedaan belum dimiliki para virtual announcer.

B. Saran

1. Radio membutuhkan perangkat manajemen yang baik dan utuh, Marketing adalah salah satu bagian yang harus ada di tubuh manajemen sebuah perusahaan, termasuk radio. Klien tidak akan datang dengan sendirinya jika tidak diperkenalkan terlebih dulu tentang seluk beluk radio tersebut. Agar radio tersebut tetap berdiri, mulai dengan membuat *company profile* yang bagus dan terlihat profesional, bentuk tim marketing yang akan memperkenalkan Milenials Radio ke klien-klien yang potensial, dan buat situs web radio untuk meningkatkan interaktivitas pendengar dan membentuk sumber pendapatan radio.
2. *Personal branding* terbentuk di dalam diri, dan dipersepsi dengan baik oleh orang lain, belajar mencari spesialisasi dalam bersiaran sehingga ketika pendengar mendengar suara dan ciri khas yang

diperdengarkan, mereka langsung tahu jika itu adalah kamu. Belajar untuk bertanggung jawab dengan segala komitmen yang diucapkan sedari awal. Dan mulailah mencari perbedaan yang tidak ada pada orang lain.