

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam peran Public Relations dalam Strategi komunikasi Radio 98,7 Gen FM dalam mempertahankan eksistensinya di tengah disrupsi digital. Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dapat disimpulkan bahwa Gen FM tidak hanya bertahan sebagai media radio konvensional, tetapi juga berhasil bertransformasi menjadi media yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan perubahan perilaku audiens, khususnya generasi muda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa disrupsi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap industri radio, baik dari sisi pola konsumsi media maupun ekspektasi audiens terhadap media penyiaran. Audiens tidak lagi sekadar menginginkan konten musik, tetapi juga mengharapkan interaksi, kedekatan emosional, dan keterlibatan langsung dalam proses komunikasi. Dalam konteks ini, Public Relations Radio 98,7 Gen FM memainkan peran strategis sebagai pengelola komunikasi dua arah yang mampu menjembatani kebutuhan organisasi dengan kepentingan audiens.

Strategi komunikasi yang dijalankan oleh Gen FM menunjukkan adanya pergeseran pendekatan dari komunikasi satu arah menuju komunikasi yang bersifat dialogis dan partisipatif. Pemanfaatan media digital seperti TikTok Live menjadi bukti konkret bagaimana Gen FM beradaptasi dengan karakteristik audiens digital. Melalui fitur live streaming, Gen FM tidak hanya memperluas jangkauan siaran radio, tetapi juga menciptakan ruang interaksi real time yang memungkinkan audiens berpartisipasi secara aktif melalui komentar, respons spontan, dan keterlibatan emosional dengan penyiar.

Temuan ini memperlihatkan bahwa peran Public Relations di Gen FM tidak lagi terbatas pada fungsi teknis penyebaran informasi, melainkan berkembang menjadi fungsi strategis yang berorientasi pada relationship building. Hal ini sejalan dengan konsep two-way symmetrical communication yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984), di mana organisasi dan publik saling berinteraksi secara setara untuk mencapai pemahaman bersama. Dalam praktiknya, Gen FM memposisikan audiens sebagai mitra komunikasi, bukan sekadar target pesan.

Selain strategi digital, penelitian ini juga menemukan bahwa Live Tiktok memiliki kontribusi besar dalam memperkuat loyalitas dan kedekatan audiens. Live ini menjadi sarana bagi Public Relations Gen FM untuk menghadirkan pengalaman langsung yang tidak dapat sepenuhnya digantikan oleh media digital. Melalui interaksi tatap muka, audiens merasakan kehadiran nyata radio dalam kehidupan mereka, sehingga terbentuk ikatan emosional yang lebih kuat. Pendekatan ini menunjukkan bahwa Strategi komunikasi Gen FM tidak meninggalkan media konvensional, melainkan mengintegrasikannya dengan pendekatan digital.

Kesimpulan lain dari penelitian ini adalah bahwa Gen FM menerapkan prinsip Media baru secara konsisten. Seluruh aktivitas komunikasi, baik on-air maupun digital, dirancang dengan pesan dan identitas merek yang selaras. Konsistensi ini memperkuat citra Gen FM sebagai radio anak muda yang relevan, adaptif, dan dekat dengan audiensnya. Dalam konteks Public Relations, Strategi komunikasi menjadi kerangka strategis yang memungkinkan Gen FM mengelola komunikasi secara terpadu dan berkelanjutan.

Lebih jauh, penelitian ini menunjukkan bahwa eksistensi radio di era disrupsi digital tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi juga oleh kemampuan Public Relations dalam membaca perubahan sosial dan budaya audiens. Gen FM berhasil mempertahankan eksistensinya karena mampu memahami karakter generasi muda yang menginginkan media yang interaktif,

personal, dan berorientasi komunitas. Dengan demikian, Public Relations menjadi elemen kunci dalam menjaga relevansi radio di tengah persaingan media digital yang semakin ketat.

## 5.2 Implifikasi Penelitian

Implikasi penelitian merupakan bagian penting dalam penulisan skripsi karena berfungsi untuk menjelaskan kontribusi penelitian, baik secara teoritis maupun praktis. Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran Public Relations pada Radio 98,7 Gen FM dalam mempertahankan eksistensi radio di masa digital, implikasi penelitian ini dapat dilihat dari dua aspek utama, yaitu implikasi teoritis dan implikasi praktis. Kedua aspek ini saling berkaitan dan memberikan gambaran mengenai relevansi hasil penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan serta praktik Public Relations di industri media penyiaran.

### 5.2.1 Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang Public Relations dan strategi komunikasi (Media Baru) pada industri media radio. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peran Public Relations dalam konteks media penyiaran tidak dapat lagi dipahami secara konvensional sebagai fungsi penyebaran informasi semata, melainkan sebagai fungsi strategis yang berorientasi pada pengelolaan hubungan jangka panjang antara organisasi media dan audiensnya.

Penelitian ini memperkuat relevansi teori Excellence in Public Relations yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984). Dalam teori tersebut, Public Relations dipandang sebagai fungsi manajerial yang berperan penting dalam proses pengambilan keputusan organisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tim Public Relations Radio 98,7 Gen FM terlibat secara aktif dalam perencanaan Strategi komunikasi, khususnya dalam

pemanfaatan media digital dan penyelenggaraan kegiatan off-air. Keterlibatan ini mencerminkan praktik komunikasi dua arah simetris, di mana organisasi tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga mendengarkan dan merespons kebutuhan audiens.

Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan dalam konteks media radio di era digital. Selama ini, lebih banyak diterapkan pada kajian media televisi dan media digital. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa radio juga masih relevan sebagai media pilihan audiens, selama mampu memenuhi kebutuhan tertentu seperti hiburan, interaksi sosial, dan identitas diri. Audiens Gen FM tidak hanya mendengarkan radio untuk menikmati musik, tetapi juga untuk berinteraksi dengan penyiar dan menjadi bagian dari komunitas Sobat GEN.

Implikasi teoritis lainnya adalah penguatan konsep media konvergensi. Penelitian ini menunjukkan bahwa Radio 98,7 Gen FM telah menerapkan praktik konvergensi media dengan mengintegrasikan siaran radio konvensional dengan platform digital seperti media sosial dan live streaming. Jenkins (2006) menjelaskan bahwa konvergensi media merupakan proses di mana berbagai platform media saling berinteraksi dan membentuk pengalaman media yang baru bagi audiens. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa radio tidak lagi berdiri sebagai media audio semata, tetapi sebagai bagian dari ekosistem media digital yang lebih luas.

Penelitian ini juga memberikan implikasi terhadap kajian Media baru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsistensi pesan, identitas merek, dan gaya komunikasi yang diterapkan Gen FM di berbagai kanal komunikasi khususnya live tiktok merupakan bentuk penerapan Media baru yang efektif. Pendekatan lebih terdapat audiens memungkinkan Public Relations mengelola komunikasi pemasaran secara terpadu, sehingga pesan yang diterima audiens menjadi lebih kuat dan mudah diingat. Dengan

demikian, penelitian ini mempertegas bahwa radio masih sangat relevan untuk diterapkan dalam industri media penyiaran yang menghadapi persaingan digital.

Lebih lanjut, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan konsep relationship management dalam Public Relations. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara Gen FM dan audiens tidak bersifat transaksional, melainkan relasional. Hubungan ini dibangun melalui interaksi yang berkelanjutan, baik secara digital maupun tatap muka. Temuan ini sejalan dengan pandangan Ledingham (2003) yang menekankan bahwa keberhasilan Public Relations ditentukan oleh kualitas hubungan antara organisasi dan publiknya.

Dengan demikian, secara teoritis penelitian ini memperkaya literatur Ilmu Komunikasi dengan memberikan gambaran empiris mengenai bagaimana teori Media baru diterapkan dalam konteks radio di era digital. Penelitian ini juga membuka ruang bagi kajian lanjutan mengenai transformasi peran Public Relations di industri media yang terus berkembang.

### **5.2.2 Implifikasi Praktis**

Selain implikasi teoritis, penelitian ini juga memiliki implikasi praktis yang signifikan, khususnya bagi praktisi Public Relations dan manajemen media penyiaran. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi radio lain yang menghadapi tantangan serupa dalam mempertahankan eksistensi di tengah pesatnya perkembangan media digital.

Bagi Radio 98,7 Gen FM, penelitian ini memberikan gambaran mengenai pentingnya peran Public Relations sebagai pengelola komunikasi strategis. Public Relations tidak hanya bertugas mempromosikan program siaran, tetapi juga bertanggung jawab dalam membangun dan memelihara

hubungan dengan audiens. Oleh karena itu, Gen FM perlu terus memperkuat posisi Public Relations dalam struktur organisasi agar dapat terlibat secara aktif dalam proses perencanaan dan evaluasi strategi komunikasi.

Implikasi praktis lainnya adalah pentingnya pemanfaatan media digital sebagai ruang interaksi, bukan sekadar media promosi. Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan TikTok Live oleh Gen FM mampu menciptakan keterlibatan audiens yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai sarana komunikasi dua arah yang efektif apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Oleh karena itu, praktisi Public Relations disarankan untuk terus mengembangkan konten digital yang interaktif, relevan, dan sesuai dengan karakter audiens.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa kegiatan on-air masih memiliki peran penting dalam membangun loyalitas audiens. Seperti Live tiktok dan berinteraksi langsung memberikan pengalaman langsung yang memperkuat ikatan emosional antara radio dan pendengarnya. Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya integrasi yang lebih optimal antara kegiatan off-air dan strategi digital. Event off-air dapat dijadikan sebagai konten digital yang berkelanjutan, sehingga dampak komunikasinya tidak berhenti pada satu waktu tertentu.

Selain itu, konsistensi identitas merek menjadi faktor penting dalam Strategi komunikasi. Gen FM berhasil mempertahankan citra sebagai radio anak muda melalui gaya bahasa, visual, dan interaksi yang konsisten di berbagai platform. Implikasi praktis dari temuan ini adalah perlunya pedoman komunikasi yang jelas agar seluruh aktivitas komunikasi selaras dengan nilai dan karakter merek.

Bagi industri radio secara umum, penelitian ini memberikan implikasi bahwa radio masih memiliki peluang besar untuk bertahan dan berkembang

di era digital, asalkan mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi dan perilaku audiens. Peran Public Relations menjadi semakin krusial dalam proses adaptasi tersebut, karena PR berfungsi sebagai penghubung antara organisasi, audiens, dan lingkungan eksternal.

## 5.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran Public Relations pada Radio 98,7 Gen FM dalam mempertahankan eksistensi radio di masa digital, peneliti memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait. Saran ini disusun dengan mempertimbangkan temuan penelitian, analisis data, serta keterkaitan dengan teori-teori Public Relations dan komunikasi pemasaran terpadu. Saran dalam penelitian ini dibagi menjadi saran praktis dan saran akademis agar dapat memberikan manfaat secara langsung maupun jangka panjang.

### 5.4.1 Saran Praktis

Bagi Radio 98,7 Gen FM, peneliti menyarankan agar peran Public Relations terus diperkuat sebagai fungsi strategis dalam organisasi. Public Relations sebaiknya tidak hanya ditempatkan sebagai pelaksana teknis komunikasi, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan, pengambilan keputusan, dan evaluasi Strategi komunikasi. Dengan keterlibatan yang lebih strategis, Public Relations dapat lebih optimal dalam membaca perubahan lingkungan eksternal, khususnya perkembangan teknologi dan perilaku audiens.

Radio 98,7 Gen FM juga disarankan untuk terus mengembangkan strategi komunikasi digital yang bersifat interaktif dan partisipatif. Pemanfaatan platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan platform digital lainnya perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan perencanaan konten yang matang. Konten yang disajikan tidak hanya

berfokus pada promosi program siaran, tetapi juga diarahkan pada upaya membangun dialog dan kedekatan emosional dengan audiens. Dengan demikian, audiens tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga menjadi bagian aktif dari ekosistem komunikasi radio.

Selain itu, Gen FM disarankan untuk melakukan penguatan komunitas pendengar sebagai bagian dari strategi Public Relations. Komunitas Sobat GEN dapat dijadikan sebagai mitra strategis dalam membangun citra dan loyalitas audiens. Melalui keterlibatan komunitas dalam berbagai kegiatan, baik on-air, off-air, maupun digital, Gen FM dapat menciptakan rasa memiliki yang lebih kuat di kalangan audiens. Pengelolaan komunitas yang baik juga dapat menjadi sarana umpan balik yang efektif bagi radio dalam mengevaluasi program dan strategi komunikasi.

Dalam konteks kegiatan on air seperti live tiktok, Gen FM disarankan untuk terus berinovasi dalam konsep dan pelaksanaannya. Event on-air tidak hanya diposisikan sebagai kegiatan promosi, tetapi juga sebagai sarana experiential communication yang mampu menciptakan pengalaman berkesan bagi audiens. Integrasi event on-air dengan strategi digital, seperti live streaming, dokumentasi konten media sosial, dan interaksi daring, perlu dioptimalkan agar dampak komunikasi dapat dirasakan secara lebih luas dan berkelanjutan.

Saran praktis lainnya adalah pentingnya konsistensi identitas merek di seluruh kanal komunikasi. Gen FM perlu memastikan bahwa gaya komunikasi, visual, dan pesan yang disampaikan tetap selaras dengan karakter radio sebagai media anak muda. Konsistensi ini akan membantu memperkuat citra merek dan meningkatkan kepercayaan audiens. Oleh karena itu, peneliti menyarankan adanya pedoman komunikasi yang jelas dan terstruktur sebagai acuan bagi seluruh tim yang terlibat dalam aktivitas komunikasi.

Selain itu, Gen FM disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas Strategi komunikasi yang telah dijalankan. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan data engagement media sosial, partisipasi audiens dalam event, serta umpan balik langsung dari pendengar. Dengan evaluasi yang berkelanjutan, Gen FM dapat menyesuaikan strategi komunikasi sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi audiens yang terus berubah.

#### 5.4.2 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal dalam mengkaji peran Public Relations di industri media penyiaran, khususnya radio, di era digital. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*) agar dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas Strategi komunikasi. Pendekatan kuantitatif dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas audiens, sedangkan pendekatan kualitatif dapat memperdalam pemahaman mengenai pengalaman dan persepsi audiens.

Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memperluas objek penelitian dengan melibatkan beberapa stasiun radio agar dapat dilakukan perbandingan strategi komunikasi Public Relations antar media. Dengan adanya penelitian komparatif, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai praktik terbaik (*best practices*) dalam mempertahankan eksistensi radio di tengah persaingan media digital.

Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengkaji lebih dalam mengenai peran media sosial tertentu dalam strategi komunikasi radio, misalnya dengan fokus pada satu platform digital tertentu. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai

karakteristik audiens dan pola interaksi yang terjadi di masing-masing platform.

Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk mengaitkan kajian Public Relations dengan teori-teori komunikasi lainnya, seperti teori branding, komunikasi organisasi, atau budaya populer, guna memperkaya perspektif analisis. Dengan demikian, kajian mengenai Public Relations di industri media dapat terus berkembang dan relevan dengan dinamika perubahan sosial dan teknologi.

