



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Upaya yang dilakukan manajemen Prambors dalam mengembangkan Prambors untuk menjadi sebuah media adalah dengan memanfaatkan kehadiran digital sebagai ‘teman’ dan untuk memperkaya kreativitas Prambors. Prambors juga mulai memasuki masa transisi untuk menjadi sebuah *brand*. Merupakan suatu impian Prambors agar dapat berevolusi menjadi Prambors *as a brand*. Alasan Prambors ingin menjadi sebuah *brand* adalah karena Prambors ingin terus ada dan digunakan oleh anak muda. Menurut Prambors, menjadi *brand* juga salah satu upaya untuk mempertahankan eksistensinya. Tujuan lainnya, Prambors *as a brand* juga agar dapat lebih fokus lagi menangani digital Prambors karena salah satu kendala Prambors di digital adalah *revenue streaming* di Indonesia yang masih belum jelas. Perjalanan Prambors untuk menjadi sebuah *brand* ini dimulai dari eksplorasi aset digital, *website*, *streaming* dan Prambors *Channel*. Prambors juga sudah menghilangkan tulisan FM pada logo Prambors. Selain itu, upaya Prambors dalam mempertahankan eksistensinya, salah satunya adalah dengan bertransformasi menjadi sebuah *brand* agar terus melekat di anak muda. Prambors sendiri sudah memiliki jabatan *Brand Manager* di mana tugasnya adalah mengurus program atau konten, promosi, dan marketing Prambors. Selain itu, untuk

mempertahankan dan menarik pendengar, Prambors rutin melakukan *Major and Minor Tactics*.

Kunci eksistensi Prambors dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Prambors selalu mempelajari *trend* pasar dari marketnya. Hal ini akan mempengaruhi pembuatan konten di Prambors karena sejak Revitalisasi Prambors di tahun 2012, Prambors telah menjadikan survei sebagai patokan pembuatan konten. Jadi konten yang disajikan Prambors sudah melewati proses survei terlebih dahulu. Prambors berupaya untuk terus menyajikan apa yang diperlukan anak muda dan survei ini konsisten dilakukan Prambors untuk mencapai targetnya. Survei yang dimaksud adalah survei Nielsen dan survei internal Prambors yaitu *Indonesia Music Survey* atau *Online Music Test*. Survei ini fokusnya adalah lagu karena produk utama Prambors memang musiknya.

Kunci eksistensi Prambors yang utama dan yang selalu dilakukan Prambors secara konsisten dari awal Prambors di bentuk terletak pada tim kreatifnya. Menurut Prambors, sebagai perusahaan yang terjun di industri kreatif maka peran tim kreatif itu sangat penting karena seluruh ide konten kreatif lahir dari mereka. Salah satu upaya Prambors dalam memegang prinsip tim kreatif adalah kekuatan mereka yaitu dengan konsisten melakukan kaderisasi di tim kreatifnya. Biasanya, pada usia tertentu, bagian kreatif Prambors akan diganti sebagai upaya mempertahankan ide kreatif mereka untuk konten Prambors. Berjiwa muda juga menjadi faktor tim kreatif dapat terus mempertahankan eksistensinya.

Posisi Prambors di digital ini masih analog-digital, artinya Prambors belum terjun sepenuhnya ke digital karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Pertama,

revenue streaming yang masih abu-abu. Kedua, tuntutan dari pendengar dan pengiklan yang menginginkan produk analog. Ketiga, kendala bahasa karena *streaming* berarti *borderless* sehingga siaran Prambors dapat didengar hingga antar negara. Keempat, hambatan infrastruktur yaitu internet di Indonesia yang mahal. Kelima, hambatan internal yang terbagi menjadi investasi dan biaya operasional.

Pengaruh *revenue streaming* yang masih belum jelas itu membuat beberapa *platform* digital baru dimanfaatkan hanya sekedar menjadi pelengkap saja, yaitu *streaming* dan *website*. Padahal Prambors ingin menerapkan konsep UGC di *website* Prambors agar *website* Prambors dapat dijadikan sebagai ‘Tempat Mangkal Anak Muda’ 2.0. Berbeda dengan *website* dan *streaming*, keberadaan aset digital Prambors, yang berupa *social media*, sangat bermanfaat untuk Prambors. Prambors dari awal memang ‘menggandeng’ digital sebagai ‘teman’, dalam artian yaitu Prambors memanfaatkan kehadiran digital untuk memperkaya kreativitas programnya. Prambors juga menggunakan digital untuk melakukan marketing dan promosi. Saat ini, pengiklan lebih berani untuk berinvestasi di aset digital Prambors ketimbang di *streaming* dan *website*.

Dapat disimpulkan bahwa peranan digital dalam upaya mempertahankan eksistensi Prambors saat ini sebatas eksplorasi aset digitalnya saja, namun masih diupayakan agar *platform* digital lain dapat lebih bermanfaat. Kemudian, cara manajemen Prambors dalam upaya mempertahankan eksistensinya adalah dengan terus mempelajari *trend* pasar di marketnya karena kunci utama mempertahankan eksistensi suatu *brand* adalah dengan mempertahankan konsumennya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini sempat membahas mengenai hambatan *revenue streaming* yang masih belum jelas sehingga menghambat pengiklan untuk dapat mempercayai aset *streaming* Prambors. Kekurangan dari penelitian ini adalah tidak mengulas pembahasan kendala *revenue* itu lebih dalam lagi. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah membuat penelitian dengan mengambil topik dari salah satu kendala yang dialami Prambors di digital. Alasannya adalah agar ada penelitian yang dapat memicu digital di Indonesia lebih berkembang lagi sehingga Prambors atau media lain tidak perlu menghadapi hambatan seperti yang telah dibahas.

5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tinjauan yang bersifat evaluatif bagi berbagai pihak yang sempat disebutkan pada poin hambatan Prambors, yaitu pendengar, pengiklan, dan pemerintah. Peranan Pemerintah di sini adalah untuk meninjau kembali regulasi terkait kejelasan digital pada radio dalam upaya untuk memperjelas *revenue streaming* dan aset digital lainnya. Bila regulasi Pemerintah sudah jelas tentunya akan membantu permasalahan *revenue* ini.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A