

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi fenomena di lapangan dan hasil analisis yang penulis simpulkan bahwa didapatkan strategi program siaran *Get In The Moz* 90,8 FM OZ Radio Jakarta dalam menarik minat pendengar pasca pandemi Covid-19 sudah sangat tepat. Hal ini dapat dilihat dari beberapa segi program siaran seperti :

1. Strategi *Dayparting*

*Dayparting* ataupun penjadwalan program siaran 90,8 FM OZ Radio Jakarta, dilihat dari strategi yang digunakan program siaran dengan cara mendisiplinkan para penyiar agar dapat konsisten menjadwalkan penyiaran untuk mendapatkan jumlah pendengar yang lebih banyak pasca pandemi Covid-19.

2. Strategi *Counterprogramming*

*Counterprogramming* yang dilakukan 90,8 FM OZ Radio Jakarta bagi industri radio di Jakarta. Strategi untuk memilih audiensi para pendengar pada pagi hari sudah sangat tepat, karena pada saat tersebut pendengar sedang melakukan aktivitas seperti berangkat bekerja, berangkat sekolah maupun kuliah serta melakukan hal lainnya di pagi hari yang dapat ditemani oleh para penyiar.

3. Strategi *Bridging*

Dengan penempatan waktu pengiklanan sebuah produk pada sesi *addlips* menjadikan pendengar 90,8 FM OZ Radio Jakarta tidak