

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI BROADCASTING
SKRIPSI, JANUARI 2023
AHMAD NURHIDAYAT
2018140128
STRATEGI PROGRAM SIARAN 90,8 FM OZ RADIO JAKARTA DALAM
MENARIK MINAT PENDENGAR PASCA PANDEMI COVID-19**

ABSTRAK

Wabah Covid-19 memberikan dampak negatif yang cukup signifikan pada industri penyiaran termasuk radio. Diperlukan strategi promosi untuk bisa mempertahankan minat pendengar lama serta menjangkau pendengar baru dengan program siaran yang telah dirancang sedemikian rupa. Setelah penurunan kasus pandemi Covid-19 di pertengahan tahun 2022, industri media penyiaran radio sedang berlomba-lomba menghadirkan berbagai macam program siaran baru yang dikemas dengan sesuatu yang terbaru serta relevan. OZ Radio sebagai salah satu penyiaran yang terkena dampak endemi tersebut melakukan strategi untuk menarik minat pendengar dengan menggunakan program siaran ‘*Get in The OZ*’. Dengan adanya program tersebut yang mengisi program siaran pagi yang selama pandemi sempat berhenti beroperasi selama hampir satu tahun dan di tahun 2022 ini, 90,8 FM OZ Radio Jakarta kembali beroperasi dengan wajah baru dan program - program siaran baru untuk menemani aktivitas para pendengar (Ozzers) dipagi hari sampai menjelang siang hari. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Dayparting*, *Counterprogramming*, dan *Bridging* dalam program siaran 90,8 FM OZ Radio Jakarta pasca pandemi Covid-19 sebagai strategi untuk menarik minat pendengarnya. Pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jumlah informan 2 orang. Dalam menyusun strategi untuk menarik minat pendengar, radio memerlukan strategi seperti *Dayparting*, *Counterprogramming*, dan *Bridging* maka dari itu penelitian menggunakan teori Hidajanto Djamil dan Andi Fachrudin dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu strategi OZ Radio dalam menarik minat pendengar melalui *Dayparting* yakni OZ Radio Jakarta lebih konsisten dalam menjadwalkan sebuah program siaran seperti program siaran “*Get In The Moz*”. Sedangkan *Counterprogramming* OZ Radio Jakarta mengunggulkan program “*Get In The Moz*” karena program tersebut disiarkan pada pagi hari. Sedangkan *Bridging* yang dimiliki OZ Radio Jakarta sudah sangat menarik, karena penempatan waktu iklan sebuah produk pada sesi *addlips* yang sangat tepat sehingga para pendengar tidak berpindah frekuensi.

Kunci : OZ Radio Jakarta, Covid-19, Program Siaran “Get In The Moz”

Referensi : 13 Buku, 2 Jurnal, 3 Website Internet

Pembimbing : Mulkan Habibi, S.Kom.I., M.I.Kom.