

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi massa adalah salah satu jenis komunikasi antar manusia yang memiliki pengaruh besar dalam mengubah cara pandang dan pola pikir masyarakat. Dalam praktiknya, komunikasi massa adalah komunikasi antar manusia yang memanfaatkan media massa sebagai alat komunikasi. (McQuail, 2011: 43)

Radio salah satu media komunikasi massa yang masih ada di masyarakat hingga saat ini. Meskipun telah banyak muncul media lain yang menyajikan tayangan yang tidak hanya berupa audio, radio masih saja diminati banyak penggemarnya. Radio salah satu bentuk media massa yang kekuatannya sebagai penyebar informasi sangat cepat dan mampu menjangkau masyarakat luas, banyak program siaran radio yang disajikan dengan mengikuti *trend* dan isu yang ada di masyarakat.

OZ Radio Jakarta merupakan salah satu stasiun penyiaran radio swasta yang ada di Jakarta dengan frekuensi 90.8 FM. Segmentasi audiens atau pendengar OZ Radio Jakarta ialah masyarakat perkotaan yang berusia 17 – 40 tahun. Dengan menggunakan sapaan pendengar dengan sebutan “ozzers”.

OZ Radio Jakarta dengan komitmennya mulai kembali bangkit membangun acara siaran on air, karena sebelumnya sempat istirahat dari program siaran dikarenakan masalah pandemi. OZ Radio Jakarta memiliki program-program yang bervariasi disamping program hiburan yang dimilikinya. Program yang dimiliki OZ Radio Jakarta yang mempunyai peminat terbanyak atau populer meliputi *Get In The Moz*, *OZ Afternoon Show*, dan Kelas Malam.

Siaran *Get In The Moz* membahas tentang informasi terkini yang berkaitan dengan dunia anak muda, itu semua disajikan dalam bentuk hiburan namun tetap bersifat informatif guna memberikan wawasan kepada para pendengar, sesuai dengan tagline OZ Radio Jakarta yaitu “*Your Friendly Station*” untuk menunjukkan kesan bersahabat dan fleksibel pada pendengarnya. Siaran *Get In The Moz* pada

frekuensi 90.8 FM adalah program talk show yang disiarkan setiap Senin – Jumat pada jam 06.00 – 10.00 WIB, disiarkan oleh dua orang penyiar yaitu Danang Prihantoro dan Elmer Fadhillah secara on air.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan kepada produser *Get In The Moz* peneliti menemukan beberapa keunggulan pada program talk show *Get In The Moz* yaitu pertama dari pembawa acara atau penyiarinya yang disiarkan oleh Bang Danang dan Bang Elmer yang namanya sudah cukup terkenal di dunia *music* karena dia sering menjadi *Master of Ceremony* (MC) di acara konser terkenal seperti Java Jazz, SYNCHRONIZE, The Sounds Project, Pestapora, dan acara konser band metal. Kedua, siaran *Get In The Moz* ini disiarkan pada jam 06.00 – 10.00 WIB yang dimana itu adalah waktu prime time radio. Ketiga, segmen atau konten yang dibawakan *Get In The Moz* memberikan informasi terkini yang berkaitan dengan dunia anak muda dan mencakup *lifestyle*, musik luar negeri dan dalam negeri, gosip selebritis, film box office, komunitas, dan olahraga. Yang semua itu disajikan dalam bentuk hiburan namun tetap bersifat informatif guna memberikan wawasan kepada para pendengar.

**Data Pendengar Di 90,8 FM OZ Radio Jakarta
(Bulan September 2022 – April 2023)**

No.	Nama Program	Minimal Pendengar	Maksimal Pendengar
1.	<i>Get In The Moz</i>	15	205
2.	<i>OZ Afternoon Show</i>	7	130
3.	Jam Malam	4	100

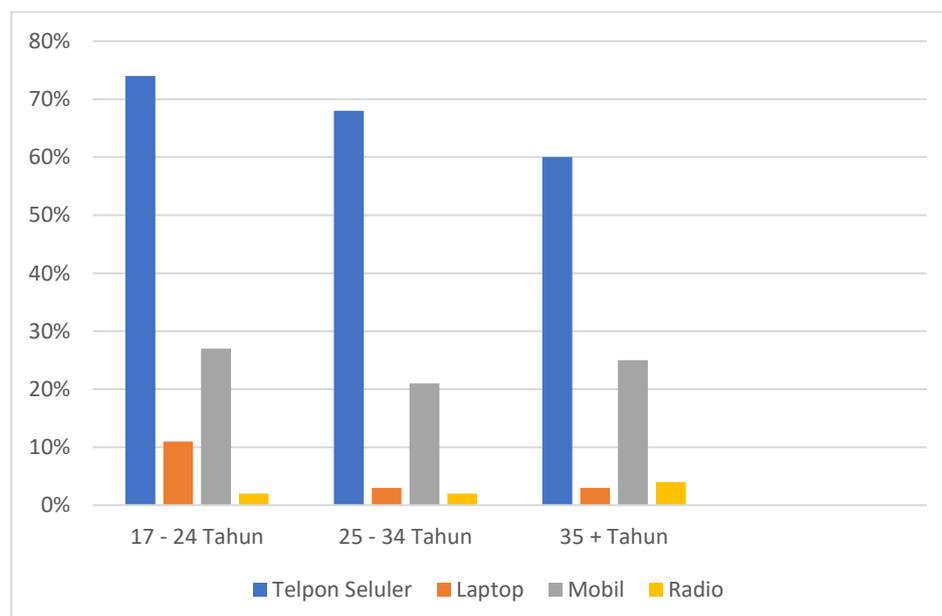
Tabel 1. 1 Sumber : Dokumen OZ Radio Jakarta

Berdasarkan data pendengar di 90,8 FM OZ Radio Jakarta selama bulan September 2022 – April 2023 *Get In The Moz* memiliki 15 – 205 pendengar, *OZ Afternoon Show* memiliki 7 – 130 pendengar, dan Jam Malam memiliki 4 – 100 pendengar. Menurut produser Sindu dia menjelaskan bahwa *audience* OZ Radio Jakarta 90.8 FM sebagian besar berasal dari kalangan anak muda. OZ Radio Jakarta

termasuk radio yang terkemuka di Jakarta, OZ Radio Jakarta memiliki program unggulan *reality show* “*Get In The Moz*” yang menyajikan beberapa segmen seperti Info Cuaca, Info Jalan Raya, Seputar Fakta Keren (SPOTAKER), Berita, Bedah Lirik Lagu, penelpon narasumber dan *audience* bisa ikut berpartisipasi langsung dalam acara tersebut, karena *Get In The Moz* membuka line telepon atau SMS (*Short Message Service*).

Dari penjelasan tersebut diketahui program *Get in the Moz* sepanjang September 2022 hingga April 2023 berhasil meraih pendengar terbanyak dibanding program lainnya. Bahkan *Get in The Moz* menjadi salah satu program yang disukai pendengar anak muda karena ada beberapa segmen yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Data Pendengar *Get in The Moz*



Tabel 1. 2 Sumber : Dokumen OZ Radio Jakarta

Dari tabel di atas diketahui pendengar *Get In The Moz* lebih banyak mendengarkan siaran melalui telepon seluler sebanyak 74% untuk usia 17-24 tahun, sedangkan usia 25-34 tahun yang mendengarkan siaran *Get In The Moz* melalui telepon seluler sebanyak 68%, pendengar usia 35 tahun ke atas yang mendengarkan

siaran *Get In The Moz* sebanyak 60%. Pendengar usia 17-24 tahun mendengarkan siaran *Get In The Moz* melalui laptop sebanyak 11%, usia 25-34 tahun sebanyak 3%, dan usia 35 tahun ke atas sebanyak 3%. Pendengar usia 17-24 tahun mendengarkan siaran *Get In The Moz* melalui mobil sebanyak 27%, usia 25-34 tahun sebanyak 21%, dan usia 35 tahun ke atas sebanyak 25%. Pendengar usia 17-24 tahun mendengarkan siaran *Get In The Moz* melalui radio sebanyak 2%, usia 25-34 tahun sebanyak 2%, dan usia 35 tahun ke atas sebanyak 4%.

Tabel tersebut juga menjelaskan pendengar siaran *Get In The Moz* di OZ Radio mayoritas melalui telepon seluler karena dianggap lebih praktis dan mudah. Untuk meningkatkan jumlah pendengar dan mempertahankan program *Get in The Moz* tentunya pihak (direksi) mempersiapkan segala hal yang berhubungan dengan proses produksi siaran secara matang. Sejak dari tahap pra produksi, produksi, dan pasca produksi sehingga mampu meningkatkan kualitas *output* dengan program siaran bermutu yang disajikan kepada pendengar.

Penjelasan di atas jelas mengindikasikan pentingnya proses pelaksanaan suatu program siaran yang dilakukan dengan sebaik-baiknya hingga memperoleh hasil yang maksimal sehingga dapat didengarkan dan diminati khalayak.

Maka berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan. Penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana **“Proses Produksi Program Siaran *Get In The Moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat di indentifikasikan beberapa permasalahan sebagai bahan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana proses produksi program siaran *Get In The Moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta dari pra produksi sampai pasca produksi ?
2. Apa faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses produksi program siaran *Get In The Moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta ?

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka peneliti dapat membatasi mengenai “Proses Produksi Program Siaran *Get In The Moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi serta pembahasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : “Bagaimana Proses Produksi Program Siaran *Get In The Moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta ditinjau dari proses pra produksi, produksi, dan pasca produksi”.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana proses produksi program siaran *Get In The Moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta dari pra produksi, produksi, dan pasca produksi.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam proses produksi program siaran *Get In The Moz* di 90,8 FM OZ Radio Jakarta.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menambah referensi kepustakaan dalam meningkatkan pengetahuan akan wawasan di bidang ilmu komunikasi khususnya konsentrasi Broadcasting dan bisa mengembangkan atau memajukan stasiun radio dalam meraih minat pendengar radio.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi perusahaan sebagai masukan dalam membangun strategi kreatif antar karyawan untuk membuat program

yang lebih inovatif dan kreatif, selain itu diharapkan bisa memberikan gambaran secara umum kepada khalayak atau masyarakat tentang strategi kreatif dalam membuat program.