

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi penelitian

4.1.1 Logo 90,8 FM OZ Radio Jakarta



Gambar 4.1 Logo OZ Radio Jakarta

Sumber : www.ozradiojakarta.com

4.1.2 Profil 90,8 FM OZ Radio Jakarta

PT. Radio Suara Gema Pembangunan Utama (90.8FM OZ Radio Jakarta) berada di Jl. Bangka Raya No. 5A RT.13/ RW.1 Kec. Mampang Prapatan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12730, Indonesia.

OZ Radio Jakarta terbentuk pada tanggal 9 Agustus 2008 dengan berada di frekuensi 90.8 FM, frekuensi tersebut menjangkau area Jabodetabek. Sebelum OZ Radio Jakarta terbentuk, frekuensi 90.8 FM menjadi milik

radio melayu SP FM. “*Your Friendly Station*” merupakan slogan yang dimiliki OZ Radio Jakarta, slogan ini menunjukkan rasa yang bersahabat dan fleksibel bagi para pendengarnya.

OZ Radio Jakarta merupakan broadcast based radio station from Jakarta yang berada di frekuensi 90.8 FM. OZ Radio Jakarta menyajikan berbagai informasi *entertainment*, *lifestyle* dan *music hits* dunia, serta program tentang *Music Top-40 Pop*, *Podcast*, Pertunjukkan serta siaran berita terbaru. OZ Radio Jakarta juga memiliki tim produksi untuk menyempurnakan siaran seperti *Music Director*, *Sosial Media*, *Operator* dan sebagainya.

OZ Radio Jakarta memiliki website (www.ozradiojakarta.com) website ini berguna sebagai sumber informasi dan dapat menghubungi pihak perusahaan melalui email (908ozradiojkt@gmail.com) atau nomor telepon +6281210104908. Tidak hanya itu, OZ Radio Jakarta juga memiliki media sosial seperti :

1. Youtube : OZJakarta
2. Twitter : OZRadioJakarta
3. Instagram : OZRadioJakarta
4. Facebook : OZRadioJakarta

4.1.3 Sejarah OZ Radio

25 Desember 1971 merupakan hari kelahiran OZ Radio Bandung. Dengan adanya peraturan pemerintah nomor 55 tahun 1970, yang memiliki

syarat bahwa setiap penyelenggaraan aktivitas siaran di udara menggunakan frekuensi yang dikelola pemerintah, diwajibkan membuat Lembaga badan hukum.

Kemudian pada tahun 1972, OZ Radio 103.1 FM membentuk dan bergabung dengan PBB (Persatuan Broadcasting Bandung). Mulai 1973 sampai sekarang, OZ Radio 103.1 FM turut mendirikan dan menjadi anggota radio swasta PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia).

Dalam perjalanan organisasi PRSSNI, pemilik OZ Radio 103.1 FM yaitu Drs. H. Gandjar S. Djamhir Senantiasa mendapat kepercayaan memimpin organisasi, baik tingkat cabang Bandung hingga pada pimpinan atau ketua 54 umum PRSSNI pusat periode 2001-2006.

Pada tahun 1975, OZ Radio 103.1 FM, mendapat penghargaan dan diklaim oleh majalah *Actuili* sebagai Rock Station. OZ Radio 103.1 FM menjadi radio pertama di Indonesia yang membuat acara off air dengan membuat konser group musik "*Deep Purple*" di Istora Senayan Jakarta.

Lanjut pada tahun 1985, OZ Radio 103.1 FM mulai melakukan aktivitas siaran dengan studio baru di Jl. Setrasari II No. 14, dengan kualitas *hardware, software, brainware*, dan kualitas program acara. Lalu di tahun 1987 OZ Radio 103.1 FM mengalami pemindahan frekuensi dari AM ke FM.

Pada tahun 2000, OZ Radio 103.1 FM memiliki OZ cruiser atau OB VAN, yaitu studio siaran luar, yang dilengkapi fasilitas *built-in mini stage*, *DJ Console*, dan *Transmitter* pemancar yang dapat siaran langsung dan relay, serta didukung electric system 8000 watt.

Dengan mengikuti perkembangan radio siaran, OZ Radio 103.1 FM mulai menambah OZ Radio baru di berbagai kota, seperti OZ Radio Bandar Lampung, OZ Radio Palembang, OZ Radio Bali dan OZ Radio Jakarta.

OZ Radio Bandar Lampung berdiri sejak tahun 2004 dengan frekuensi 94.6 FM. Sementara OZ Radio Palembang berada di frekuensi 89.2 FM. Tidak hanya itu, OZ Radio Bali resmi terbentuk pada tanggal 1 Juni 2005 dengan frekuensi 101.2 FM dan yang terakhir adalah OZ Radio Jakarta terbentuk pada tanggal 9 Agustus 2008.

4.1.4 VISI

- Menjadi stasiun radio panutan dikota Jakarta dan nasional

4.1.5 MISI

- Radio anak muda terdepan yang menjadi wadah untuk berkreasi dan beraktivitas.
- Menjadi radio yang berorientasi kepada kepentingan pendengar, customer, mitra kerja dan masyarakat.
- Memberikan kontribusi positif bagi stakeholders, manajemen, karyawan, dan masyarakat.

4.1.6 Program – program 90,8 FM OZ Radio Jakarta

Tabel 4.2

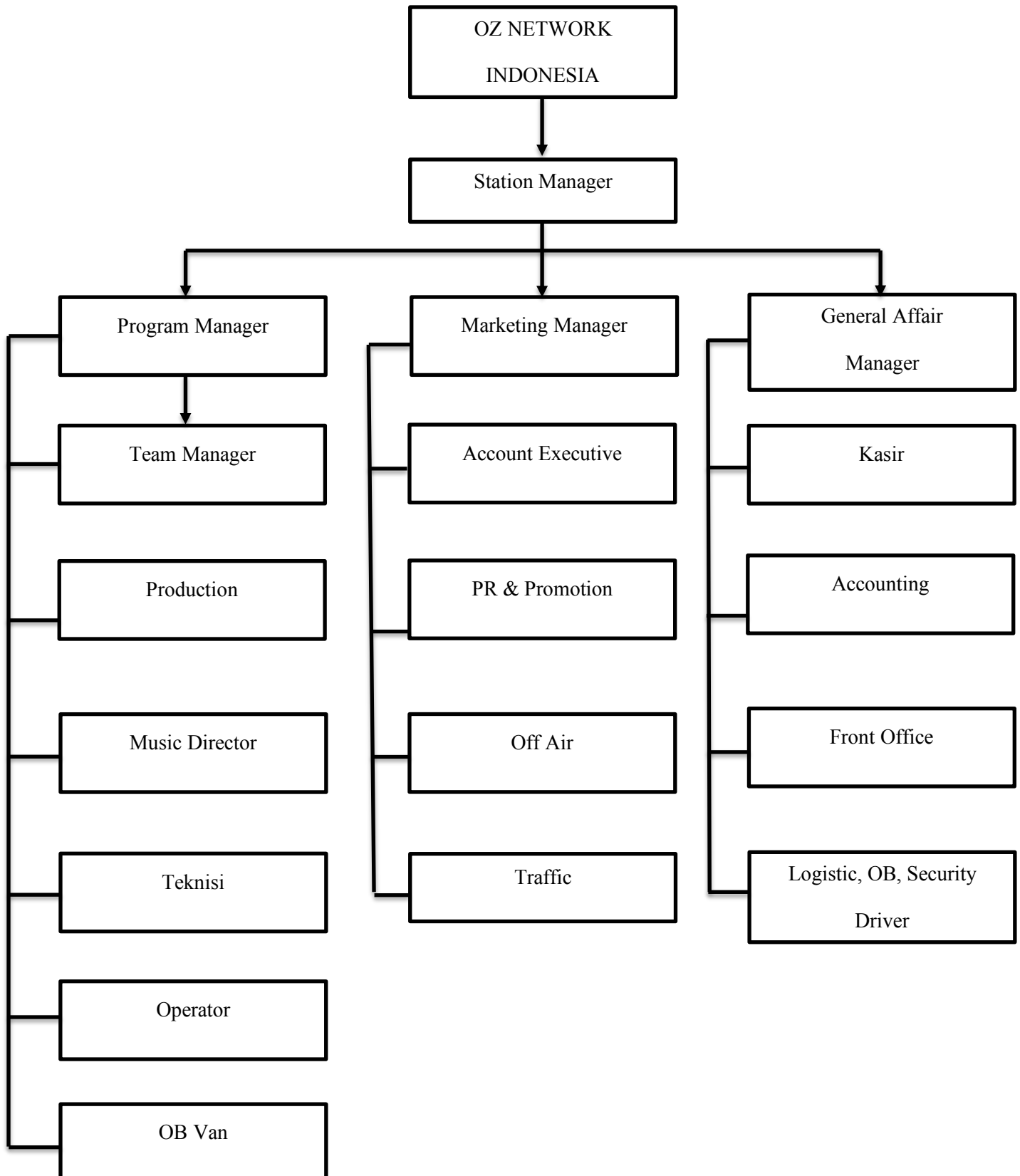
Program OZ Radio Jakarta

Hari	Jam	Program
Senin – Jumat	06.00 – 10.00 WIB	<p>Get in The Moz</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Beser (Berita Selebriti) 2. Panik (Fakta-Fakta Unik) 3. Indonesia Pagi Ini 4. Ancur (Ampir Lucu Brur)
Senin – Jumat	16.00 – 20.00 WIB	<p>On The Way</p> <ol style="list-style-type: none"> a. 5.43 b. How To c. I Second Challenge
Senin – Rabu	20.00 – 00.00 WIB	<p>After Hours</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Nemu (New Music Update)
Senin – Jumat	10.00 – 14.00 WIB	OZ Daytime Playlist
Senin – Jumat	14.00 – 16.00 WIB	After Lunch
Setiap Sabtu	16.00 – 19.00 WIB	Substereo

Senin Jumat	20.00 – 22.00 WIB	Rootsblock
Senin Jumat	22.00 – 01.00 WIB	OZ Discoland

4.1.7 Struktur Organisasi

Tabel 4.3
Struktur Organisasi 90.8 FM OZ Radio Jakarta



4.2 Hasil Penelitian

Pembahasan dalam penelitian ini merupakan data dan fakta yang ada di lapangan, serta menggunakan teori yang ada di penelitian ini. Dengan menggunakan metode kualitatif, peneliti menggunakan informan sebagai sumber data untuk mendapatkan informasi mengenai 90.8FM OZ Radio Jakarta. Proses pengumpulan data yaitu dengan cara mewawancarai secara langsung atau offline oleh para informan.

Informan yang dipilih sebagai sumber data merupakan pihak – pihak yang terlibat langsung dalam program penelitian ini atau bisa dikatakan pihak – pihak yang bersangkutan mengenai radio serta pemasaran media penyiaran radio. Wawancara secara langsung atau secara offline dilakukan pada tanggal 25 Januari 2023. Maka hasil penelitian ini dianalisis hasil wawancara Key Informan 1, informan 2 dan triangulasi.

1. Senna Chandra Ilham. Program Manager OZ Radio Jakarta sebagai key informan
2. Raden Gandasa Arifin Gandjar. Station Manager OZ Radio Jakarta sebagai informan 2
3. Jerry Wu. Pengamat Radio Jakarta

*Wawancara secara langsung atau offline meliputi pertanyaan yang berkaitan dengan bagaimana strategi program siaran “ *GET IN THE MOZ* “ 90,8 FM OZ Radio Jakarta dalam menarik minat pendengar pasca pandemi Covid – 19.

4.2.1 Strategi *Dayparting*

4.2.1.1 Strategi *Dayparting* yang dilakukan OZ Radio Jakarta pasca pandemi Covid-19

Dalam industri radio khususnya 90.8FM OZ Radio Jakarta sangat memperhatikan strategi program, terlebih pasca pandemi Covid-19. Strategi program siaran sangat berpengaruh bagi pengoperasian stasiun radio di Jakarta seperti yang disampaikan oleh informan pertama atau key informan bapak Senna Chandra Ilham :

“ OZ Radio Jakarta sangat mengutamakan jadwal pada program siaran. Karna menurut kami jadwal program yang sudah ditetapkan sangat berpengaruh bagi para pendengar pasca pandemi Covid-19” (sumber utama penelitian wawancara 25 januari 2023).

Kemudian informan kedua bapak Raden Gandasa Arifin menyampaikan bahwa OZ Radio Jakarta mementingkan penjadwalan yang tepat dalam suatu program :

“pasca pandemi Covid-19 penjadwalan program siaran lebih kami disiplin karna setelah kami melakukan masa vakum OZ Radio Jakarta kembali melayani para pendengar. Maka dari itu, jadwal yang ditetapkan untuk program siaran harus tepat” (sumber informan 2 penelitian wawancara, 25 Januari 2023).

Sedangkan menurut triangulasi sumber bagi *dayparting* OZ Radio Jakarta bapak Jerry Wu yaitu :

“strategi yang dilakukan OZ Radio Jakarta sudah cukup tepat, terlebih dimasa pasca pandemi Covid-19 program siaran harus lebih dimaksimalkan untuk didengar para pendengar stasiun radio” (sumber triangulasi penelitian wawancara, 26 Januari 2023).

4.2.1.2 Strategi yang diperhatikan dalam *Dayparting* OZ Radio Jakarta pasca pandemi Covid-19*

Dalam sebuah stasiun radio khususnya OZ Radio Jakarta memiliki suatu hal yang harus diperhatikan seperti *dayparting* atau penjadwalan sebuah program siaran pasca pandemi Covid-19 agar tetap beroperasi oleh key informan bapak Senna Chandra Ilham :

“OZ Radio Jakarta selalu memperhatikan penjadwalan yang diberikan untuk program siaran terlebih dimasa pasca pandemi Covid-19. Kami juga meminimalisir kendala yang dapat terjadi seperti masalah teknis dan keterlambatan penyiar” (sumber utama penelitian wawancara 25 Januari 2023).

Kemudian informan kedua bapak Raden Gandasa Arifin menambahkan dalam memperhatikan *dayparting* OZ Radio Jakarta pasca pandemi Covid-19 :

“penyiar merupakan hal penting bagi suatu program siaran. Ketepatan waktu yang penyiar lakukan untuk siaran sangat kami perhatikan. Terlebih kami ingin memberikan kepuasan atau kesenangan untuk para pendengar OZ Radio Jakarta” (sumber key informan 2, 25 Januari 2023).

Hal ini diperjelas oleh triangulasi sumber bapak Jerry Wu terkait memperhatikan *dayparting* berikut penjelasan :

“karena dalam sebuah stasiun radio sangat memperhatikan penjawalan siaran program, faktor internal juga harus diperhatikan seperti para penyiar yang harus datang tepat waktu agar proses siaran berjalan dengan lancar. Langkah OZ Radio Jakarta untuk mendisiplinkan para penyiar sudah sangat tepat melihat banyaknya stasiun radio yang memiliki penyiar yang kurang disiplin” (sumber triangulasi, 26 Januari 2023).

4.2.1.3 Strategi *Dayparting* yang dilakukan OZ Radio Jakarta dalam mempertahankan eksistensi pasca pandemic Covid-19

Pasca pandemic Covid-19 seperti ini banyak kendala yang dialami stasiun radio tak terkecuali OZ Radio Jakarta. Di setiap kendala pasti mempunyai solusi berikut pemaparan oleh key informan bapak Senna Chandra ilham :

“konsistensi penjadwalan yang dilakukan sangat berpengaruh bagi eksistensi OZ Radio Jakarta. Seperti halnya program siaran yang kami berikan kepada para pendengar harus tepat sasaran target audiensinya” (sumber utama penelitian wawancara, 25 Januari 2023).

Hal ini disampaikan juga oleh informan 2 bapak Raden Gandasa Arifin Gandjar selaku manager station :

“awal pasca pandemi Covid-19 tim OZ Radio Jakarta bergegas berdiskusi mengenai hal yang akan dilakukan dengan cara program siaran OZ Radio Jakarta yang lebih aktif dalam memberikan informasi, berita dan hiburan bagi pendengar “ (sumber informan 2 penelitian wawancara, 25 Januari 2023).

Hal ini diperjelas oleh triangulasi bapak Jerry Wu berikut penjelasannya :

“Merencanakan strategi *dayparting* merupakan hal yang utama bagi setiap stasiun radio. Karena pada dasarnya stasiun radio memiliki program siaran yang berperan penting bagi setiap stasiun radio. Penjadwalan program siaran yang baik sangat berdampak baik bagi para pendengar”(sumber triangulasi, 26 Januari 2023).

4.2.2 Strategi *Counterprogramming*

4.2.2.1 Strategi *Counterprogramming* 90,8 FM OZ Radio Jakarta

Dalam sebuah organisasi atau perusahaan wajib memiliki *counterprogramming* guna mencapai pasar yang di inginkan dengan melakukan pemilihan target audiensi yang di tuju. Terlebih untuk stasiun radio khususnya OZ Radio Jakarta yang mengharuskan memiliki target audiensi. OZ Radio Jakarta merupakan salah satu stasiun radio anak muda di Jakarta, hal tersebut mengharuskan OZ Radio Jakarta menjadi salah satu stasiun radio yang memiliki ciri khas dari berbagai macam stasiun radio anak muda lainnya di Jakarta. Adapun *counterprogramming* yang dimiliki OZ Radio Jakarta, berikut pemaparan dari key informan bapak Senna Chandra Ilham :

“sebagai salah satu stasiun radio anak muda, OZ Radio Jakarta pastinya mempunyai perancangan dalam sebuah program OZ Radio Jakarta. Saat ini program GET IN THE MOZ sangat kami unggulkan karena perancangan yang sudah sempurna dari mulai data penyiar, playlist music, penjadwalan siaran program dan pribadi dari para penyiarinya seperti kedisiplinan” (sumber utama penelitian wawancara, 25 Januari 2023).

Kemudian informan kedua bapak Raden Gandasa Arifin Gandjar menyampaikan terkait *counterprogramming* OZ Radio Jakarta :

“dari mulai terbentuknya OZ Radio Jakarta memang OZ Radio seluruh Indonesia mempunyai perancangan pada setiap program siaran. Namun ada beberapa program yang kami unggulkan dan membuat perancangan secara matang contohnya program siaran GET IN THE MOZ guna mencapai audiensi yang di tuju” (Sumber informan 2 penelitian wawancara, 25 Januari 2023).

Hal ini dijelaskan oleh triangulasi sumber bapak Jerry Wu sebagai berikut :

“perancangan dalam sebuah program siaran radio memang harus dilakukan oleh setiap stasiun radio dan memang pada dasarnya setiap stasiun radio memiliki strategi tersendiri terhadap setiap program yang mereka rencanakan. Strategi yang dilakukan OZ Radio Jakarta untuk mengunggulkan beberapa program sudah cukup tepat agar mencapai audiensi” (sumber triangulasi wawancara, 26 Januari 2023).

4.2.2.2 Pengaruh *counterprogramming* yang dilakukan OZ Radio Jakarta pasca pandemi Covid-19

Setiap stasiun radio mempunyai pengaruh dalam perencanaan pada program penyiaran, namun bagaimana pengaruh yang di dapatkan oleh OZ Radio Jakarta pasca pandemi Covid-19. Berikut penjelasan oleh bapak Senna Chandra Ilham selaku key informan :

“pasca pandemi covid-19 banyak anak muda yang sudah beraktivitas kembali seperti sekolah, kuliah dan ada juga yang sudah bekerja. Dengan adanya program *GET IN THE MOZ* untuk siaran pagi sangat dapat pengaruh yang besar. Karena hal tersebut, pendengar OZ Radio Jakarta semakin hari semakin meningkat” (sumber utama penelitian wawancara, 25 Januari 2023).

Kemudian terkait pengaruh *counterprogramming* disampaikan juga oleh informan 2 bapak Raden Gandasa Arifin Gandjar :

“perencanaan yang matang untuk program siaran *GET IN THE MOZ* bagi OZ Radio Jakarta membuat program ini sangat di minati bagi para pendengar dan dilihat dari data stasiun radio Jakarta, OZ Radio Jakarta cukup bagus untuk peningkatan pendengar terlebih pasca pandemi Covid-19 ini” (sumber informan 2 penelitian wawancara, 25 Januari 2023)

Hal ini juga disampaikan oleh triangulasi sumber bapak Jerry Wu selaku pengamat radio Jakarta :

“memang pasca pandemi Covid-19 ada beberapa stasiun radio yang memiliki peningkatan dan penurunan pendengar. Telatnya mempunyai strategi seperti yang dilakukan OZ Radio Jakarta mengharuskan stasiun radio tersebut mengalami penurunan pendengar pasca pandemi Covid-19” (sumber triangulasi wawancara, 26 Januari 2023).

4.2.3 Strategi *Bridging*

4.2.3.1 Strategi penempatan *bridging* program siaran pada 90,8 FM OZ Radio Jakarta pasca pandemi Covid-19

Stasiun radio mempunyai ciri khas tersendiri dalam setiap program siaran agar para pendengar ataupun audiensi dari stasiun radio tersebut tetap mendengarkan dan tidak berpindah frekuensi. OZ Radio Jakarta memiliki ciri khas ataupun *bridging* yang menarik bagi para pendengar atau audiensi yang dituju, terlebih untuk program *Get In The Moz*. Berikut penjelasan dari key informan terkait *bridging* dari bapak Senna Chandra Ilham :

“untuk program *Get In The Moz*, OZ Radio Jakarta memaksimalkan perencanaannya mulai dari kedisiplinan penyiar, jadwal penyiaran, perencanaan hal-hal terkait penyiaran hingga *bridging* dalam suatu penyiaran. Lebih tepatnya OZ Radio Jakarta mengiklankan suatu produk pada waktu yang dapat dikatakan tepat. Pada sesi *Addlips* adalah waktu yang tepat untuk melakukan *bridging* dalam sebuah program siaran” (sumber utama penelitian wawancara, 25 Januari 2023).

Kemudian dilanjutkan oleh informan 2 bapak Raden Gandasa Arifin berikut penjelasan :

“agar para pendengar OZ Radio Jakarta tidak berpindah frekuensi, OZ Radio Jakarta memiliki penempatan sebuah produk untuk di iklankan pada sebuah program siaran dengan sesi yang tepat. Addlips adalah sesi untuk mengiklankan suatu produk di bagian penyiaran yang bertepatan pada 15 menit ketiga dari satu program penyiaran” (sumber informan 2 penelitian wawancara, 26 Januari 2023)

Hal ini disampaikan juga oleh triangulasi sumber bapak Jerry Wu berikut penjelasan :

“*bridging* yang menarik sangat di minati oleh para pendengar. Terlebih OZ Radio Jakarta mempunyai target audiensi yaitu kalangan anak muda. Pemilihan *bridging* tersebut sudah sangat tepat untuk kalangan anak muda. Karena mengiklankan sebuah produk dengan penempatan yang tepat, membuat para pendengar tidak merasa bosan bahkan dapat tertarik dengan pengiklanan produk tersebut” (sumber triangulasi, 26 Januari 2023)

Dalam beberapa hasil wawancara dengan informan dan hasil observasi fenomena di lapangan didapatkan bahwa strategi program siaran *Get In The Moz* 90,8 FM OZ Radio Jakarta dalam menarik minat pendengar pasca pandemi Covid-19 dilihat dari peran, tugas dan tanggung jawab kewenangan yang telah diterapkan dalam strategi program siaran oleh manager station. Pasca pandemi Covid-19 kebijakan yang diterapkan oleh manager station adalah dengan memaksimalkan dalam membuat berbagai program siaran, serta lebih dimaksimalkan pada suatu program siaran seperti program siaran *Get In The Moz*. Dengan lebih memaksimalkan perencanaan pada program *Get In The Moz*, audiensi yang di tuju pasca pandemi Covid-19 akan bertambah karena program tersebut dijadwalkan pada pagi hari ketika para pendengar berangkat beraktifitas. Hal tersebut membuat jumlah pendengar OZ Radio Jakarta menjadi bertambah setiap harinya pada pasca pandemi Covid-19.

Peran *manager station* dan *program director* dalam pelaksanaan program siaran membuktikan bahwa OZ Radio Jakarta tetap beroperasi bahkan mengalami peningkatan jumlah pendengar pasca pandemi Covid-19. Mempunyai program yang menarik OZ Radio Jakarta mampu bersaing dengan stasiun radio lainnya. Terlebih pasca pandemi masyarakat Jakarta atau anak muda sudah kembali beraktifitas secara normal sehingga membuat jumlah pendengar semakin bertambah.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis dilihat dari cara pola berfikir *manager station* dengan berfikir lebih jauh untuk memaksimalkan keadaan, strategi yang digunakan OZ Radio Jakarta sangat berpengaruh bagi aktivitas industri radio khususnya di Jakarta.

4.3 Pembahasan

Dalam penelitian ini penulis akan membahas tentang Strategi Program Siaran *Get In The Moz* 90,8 FM OZ Radio Jakarta Pasca Pandemi Covid-19, dapat diketahui bahwa strategi program siaran sangatlah perlu dilakukan pada saat pasca pandemi seperti ini. Mengingat hal tersebut berpengaruh langsung terhadap operasional di radio tersebut dan untuk lebih meningkatkan minat pendengar serta mendapatkan jumlah pendengar yang lebih banyak. *Manager station* melakukan perencanaan dalam pengoperasian stasiun radio agar mendapat pendengar dan audiensi yang dituju agar radio tersebut bisa terus beroperasi selama pasca pandemi Covid-19, tidak terkecuali di 90.8 FM OZ Radio Jakarta dimana *program director* merencanakan strategi program siaran dalam *Dayparting*, *Counterprogramming*, dan *Bridging* program siaran.

Dengan adanya perencanaan strategi program siaran untuk mengetahui *Dayparting*, *Counterprogramming* dan *Bridging program siaran* memungkinkan OZ Radio Jakarta untuk mencapai peluang mendapatkan pendengar yang lebih banyak dengan cara melakukan penjadwalan yang konsisten, pemilihan target audiensi dan penempatan yang tepat sebuah produk untuk di iklankan. Dengan begitu strategi yang dilakukan oleh program director akan memberikan hasil peluang yang lebih baik, karena dari keuntungan tersebut pendengar akan tetap mendengarkan program siaran dari 90,8 FM OZ Radio Jakarta dan tidak berpindah frekuensi ke radio lain.

Hal-hal yang menjadi faktor penghambat strategi program siaran di OZ Radio Jakarta akan segera dicarikan solusinya dan diselesaikan masalahnya oleh *manager station* terkait. Keberhasilan strategi pemasaran sangatlah penting karena dalam industri radio sumber utama untuk mendapatkan jumlah pendengar berasal dari keberhasilan strategi program siaran, dimana strategi program siaran itu adalah hal utama dari perusahaan penyiaran atau lebih tepatnya stasiun radio. Dengan adanya program director melakukan strategi program siaran dalam *dayparting*, *counterprogramming* dan *bridging program siaran* maka tujuan strategi program siaran radio tersebut akan baik dan sempurna, sebaliknya jika pelaksanaan strategi program siaran itu salah dilaksanakan tentunya sulit untuk mendapatkan jumlah pendengar yang banyak pasca pandemi Covid-19.

Adapun point penting dalam pembahasan strategi program siaran yaitu sebagai berikut :

1. *Dayparting*

Dayparting adalah satu langkah dalam perencanaan yang membagi setiap hari dalam beberapa slot waktu yang dinilai cocok dan pas untuk diudarkan. Program ini sangat mempertimbangkan target audiensi tertentu pada slot waktu tersebut, misalnya pagi, siang, sore, atau malam hari. Berdasarkan teori dari Hidajanto Djamil dan Andi Fachrudin, (2013: 135) tentang *dayparting*, penulis menyimpulkan bahwa *dayparting* program siaran yang di terapkan oleh 90,8 FM OZ Radio Jakarta sudah sangat sesuai. Untuk menambah jumlah pendengar pasca pandemi Covid-19 OZ Radio Jakarta melakukan konsistensi pada penjadwalan program siaran *Get In The Moz* karena program tersebut disiarkan pada pagi hari ketika masyarakat Jakarta ataupun kalangan anak muda sedang melakukan aktifitas berangkat bekerja, berangkat kesekolah ataupun hal lainnya.

2. *Counterprogramming*

Counterprogramming adalah langkah perancangan satu program tandingan terhadap satu program yang berhasil dari stasiun penyiaran lain pada satu periode tayang tertentu dengan tujuan menarik audiensi dari stasiun pesaing tersebut. Berdasarkan teori dari Hidajanto Djamil dan Andi Fachrudin, (2013: 135) tentang *counterprogramming* penulis menyimpulkan bahwa 90,8 FM OZ Radio Jakarta memiliki strategi *counterprogramming* yang tepat, karena OZ Radio Jakarta mengunggulkan program *Get In The Moz* pada pagi hari ketika pendengar sedang beraktifitas. terlebih di Jakarta musik hits top-40 Pop sangat digemari dikalangan anak muda seperti pelajar SMA, Mahasiswa

bahkan dewasa muda. OZ Radio Jakarta juga mempunyai slogan “*Your Friendly Station*” slogan ini menunjukkan rasa yang bersahabat dan fleksibel bagi para pendengarnya.

3. *Bridging*

Bridging digunakan bila satu stasiun penyiaran mencoba mencegah audiensi untuk berpindah kanal dalam satu jeda waktu (*the main evening breaks*- waktu jeda pada malam hari yang digunakan untuk melepas lelah sambil minum teh. Merupakan kebiasaan budaya orang barat). Dimana semua stasiun penyiaran berhenti dengan programnya. Hidajanto Djamal dan Andi Fachrudin, (2013: 135) tentang *bridging* penulis menyimpulkan bahwa penempatan waktu yang tepat untuk mengiklankan sebuah produk pada sesi *addlips* sudah sangat tepat, dimana sesi *addlips* adalah sesi 15 menit ketiga dari suatu program siaran yang membuat para pendengar tetap mendengarkan program siaran tersebut. OZ Radio Jakarta memiliki *bridging* yang cukup bagus, karena hal tersebut para pendengar tidak berpindah ke lain frekuensi dan hal tersebut menjadikan menarik minat para pendengar OZ Radio Jakarta.