

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong transformasi signifikan dalam industri media, khususnya dengan munculnya media digital berbasis internet. Media massa kini memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau audiens secara lebih luas dan interaktif, berbeda dengan media tradisional yang bersifat satu arah seperti surat kabar, televisi, dan radio.

Kemajuan ini menyebabkan pergeseran dalam cara masyarakat mengakses informasi, yang sebelumnya mengandalkan media cetak dan penyiaran konvensional. Internet memungkinkan akses cepat dan mudah melalui perangkat seperti ponsel dan komputer, menciptakan peluang baru bagi media untuk mendistribusikan konten secara global.

Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024, pengguna internet di Indonesia mencapai lebih dari 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa, dengan tingkat penetrasi mencapai 79,5%. Dibandingkan dengan periode sebelumnya, terdapat peningkatan sebesar 1,4%. Sejak tahun 2018, penetrasi internet di Indonesia tercatat 64,8%, kemudian naik menjadi 73,7% pada tahun 2020, 77,01% pada tahun 2022, dan 78,19% pada tahun 2023. Sebagian besar orang Indonesia sekarang sudah menggunakan internet, yang membuatnya menjadi platform utama untuk berbagai media termasuk radio. Ini berarti media tradisional perlu menyesuaikan diri dengan perkembangan digital. Internet tidak hanya memperluas jangkauan media, tetapi juga meningkatkan persaingan.

Salah satu solusi untuk menghadapi tantangan ini adalah melalui konvergensi media yaitu penggabungan media tradisional dengan teknologi digital. Konvergensi ini memungkinkan industri media, termasuk radio, untuk tetap relevan dengan mengintegrasikan penyiaran analog dengan platform digital seperti streaming dan media sosial.

Di samping peluang besar yang ditawarkan, konvergensi media juga membawa tantangan seperti keharusan beradaptasi cepat dengan teknologi baru, menghadapi persaingan dengan platform digital lain, dan mengelola penyebaran informasi yang cepat dan akurat. Tren ini menunjukkan bahwa peralihan dari media analog ke digital bukan sekadar perubahan teknologi, tetapi juga perubahan budaya yang mengharuskan industri media terus berinovasi untuk mempertahankan relevansi mereka di tengah persaingan digital yang ketat.

Menurut Albert (2018: 10) menjelaskan bahwa konvergensi media merujuk pada proses penggabungan berbagai jenis media yang sebelumnya dianggap berbeda dan terpisah, seperti media cetak dan elektronik (misalnya televisi, radio, surat kabar, dan komputer), menjadi satu media tunggal yang dapat digunakan untuk tujuan yang sama. Dalam konteks ini, masyarakat bisa memanfaatkan satu perangkat untuk melakukan dua aktivitas sekaligus, seperti mengakses internet sambil menggunakan alat elektronik seperti radio.

Di era digital sekarang, alat elektronik seperti radio masih menjadi salah satu media massa yang andal untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Radio adalah salah satu jenis media massa yang mengutamakan audio, memungkinkan pendengar untuk menikmati kontennya tanpa perlu menggunakan penglihatan atau memberikan perhatian penuh. Keunggulan radio terletak pada praktisnya, yang memungkinkan pendengar mengakses siaran di berbagai tempat, menjadikannya sebagai media elektronik yang sangat fleksibel. Radio unggul karena selalu terhubung dengan sumber Listrik yang tidak terhalang oleh jarak, dan memiliki daya tarik khusus dengan kekuatan suara, musik, dan efek suara yang unik (Romli, 2009: 17).

Konvergensi media muncul sebagai strategi untuk mempertahankan keberadaan radio di era digital. Konvergensi media mengacu pada penggabungan media telekomunikasi tradisional dengan internet. Menurut Rich Gordon, konvergensi terjadi ketika para pembuat konten media memproduksi materi interaktif yang bisa diakses di berbagai platform, dengan tujuan untuk menjangkau lebih banyak audiens.

Sesuai dengan definisi tersebut, konvergensi media mendorong stasiun radio untuk bersaing dalam menggabungkan siaran langsung dengan konten

digital. Mereka melakukannya dengan mengintegrasikan materi yang disiarkan ke dalam format digital dan mempublikasikannya di berbagai media sosial seperti Instagram, Twitter, dan Facebook.

Konvergensi media memperkuat radio dengan mengubah cara produksi, di mana sebelumnya interaksi antara penyiar dan audiens hanya melalui SMS atau telepon, kini audiens dapat berkomunikasi langsung melalui media sosial. Selain itu, konvergensi media memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan hiburan lewat siaran web *streaming* dan media sosial, dengan menawarkan berbagai konten yang bervariasi, unik, dan menarik.

Perkembangan media digital ini telah menarik perhatian publik, sehingga sumber informasi yang diperoleh masyarakat tidak lagi hanya bergantung pada radio konvensional. Hal ini menjadi tantangan bagi radio konvensional untuk mempertahankan pendengarnya, mengingat digitalisasi mempengaruhi berbagai aspek kehidupan masyarakat. Akses informasi melalui internet telah menciptakan kebiasaan baru di mana masyarakat lebih sering menggunakan media online (Wurinanda, 2016).

Radio dapat mengatasi tantangan era digital dengan memanfaatkan teknologi *streaming*, yang memungkinkan jangkauan global. Kemunculan media baru seperti internet membuat akses informasi semakin mudah dan cepat berkat kemajuan teknologi informasi. Dalam konteks media massa seperti radio perlu beradaptasi dengan media baru ini. Dengan memanfaatkan platform digital, radio bisa lebih dekat dengan pendengarnya dan mempermudah mereka dalam menemukan informasi tentang radio yang mereka sukai (Anindita, 2017: 36).

Radio sebagai media komunikasi, memiliki peran yang beragam. Pertama, sebagai penyampai informasi, radio menyajikan berbagai berita dan informasi mengenai ekonomi, politik, budaya, dan kebiasaan masyarakat kepada pendengarnya. Kedua, radio berfungsi sebagai sarana hiburan, dengan menawarkan berbagai program seperti musik dan budaya untuk menghibur audiens. Ketiga, radio juga berperan sebagai alat edukasi, memberikan pengetahuan kepada pendengarnya melalui berbagai informasi yang disajikannya.

Dalam konteks ini, komunikasi merujuk pada proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan mendapatkan tanggapan atau umpan balik serta mencapai tujuan komunikator. Pada dasarnya, komunikasi adalah pertukaran informasi antara manusia. Melalui komunikasi, individu dapat menyampaikan pikiran atau perasaan mereka kepada orang lain menggunakan bahasa sebagai sarana. Proses ini memungkinkan seseorang untuk mengetahui, memahami, dan menerima orang lain, serta membangun hubungan interpersonal, termasuk dalam peran sebagai seorang penyiar radio.

Seorang penyiar radio, yang juga berfungsi sebagai pembawa acara, perlu memiliki kemampuan berbicara yang menarik dan efektif. Hal ini penting karena pendengar akan lebih tertarik pada program radio jika penyiar mampu menyampaikan siaran dengan gaya komunikasi yang unik dan memikat, sehingga menciptakan kenyamanan bagi audiens. Kenyamanan pendengar adalah prioritas utama, karena lingkungan yang nyaman memastikan pesan yang disampaikan diterima dengan baik dan mendapatkan respons positif dari audiens.

Dalam interaksi antara penyiar dan pendengar, lembaga penyiaran perlu menjalin komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kenyamanan pendengar. Misalnya, seorang penyiar berita harus bisa berinteraksi dengan pendengar untuk membangun ikatan emosional dan menghasilkan respons yang positif. Dalam interaksi antara penyiar dan pendengar, lembaga penyiaran perlu menerapkan komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kenyamanan pendengar. Misalnya, seorang penyiar berita harus bisa berinteraksi dengan pendengar, membangun hubungan emosional, dan memicu respons positif. Oleh karena itu, keterampilan komunikasi yang baik sangat penting bagi penyiar untuk berhasil menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui radio.

Namun, di tengah pesatnya perkembangan media, radio tampak terpinggirkan dan jauh tertinggal dibandingkan dengan kemajuan teknologi komunikasi. Oleh karena itu, diperlukan inovasi baru untuk mempertahankan minat pendengar dan memastikan bahwa radio tetap relevan dalam masyarakat.

Chrisari dan Royan (2017: 370) dalam jurnal Eksistensi Radio Swasta menyatakan bahwa untuk tetap relevan, sebuah stasiun radio harus dapat menciptakan konten acara yang sangat menarik. Keberhasilan media penyiaran sangat bergantung pada kreativitas dari orang-orang yang bekerja pada tiga pilar utama yang esensial yaitu teknik, program, dan pemasaran.

Jakarta tetap jadi pusat berbagai stasiun radio, baik yang dikelola oleh pemerintah maupun swasta. OZ Radio Jakarta, sebagai salah satu pemain di kota ini, harus bersaing ketat dengan banyak pesaing dari kedua sektor tersebut. Untuk bisa unggul, OZ Radio Jakarta perlu memanfaatkan konvergensi media dengan mengoptimalkan salah satu program acara unggulannya untuk menarik perhatian dan mempertahankan loyalitas pendengar.

OZ Radio terus berkembang menjadi salah satu nama besar di industri penyiaran Indonesia dengan fokus pada musik terbaru dan program-program yang seru. Selain sekadar memutar musik, OZ Radio juga berinovasi dengan menghadirkan konten yang relevan dan mendukung berbagai aktivitas komunitas. Dengan memahami perubahan selera pendengar dan memanfaatkan teknologi terbaru, OZ Radio memberikan pengalaman mendengar yang segar dan selalu *up-to-date*.

Sebagai salah satu pemimpin di industri penyiaran radio, OZ Radio Jakarta kini menghadapi persaingan ketat, terutama dari radio Trax FM. Persaingan ini tidak hanya soal variasi konten hiburan, tetapi juga melibatkan inovasi, kreativitas, dan strategi program siaran. Untuk tetap unggul dan menarik lebih banyak pendengar, OZ Radio Jakarta terus berusaha meningkatkan kualitas layanan dan kontennya. Mereka melihat persaingan sebagai kesempatan untuk berinovasi dan selalu menghadirkan yang terbaik bagi audiensnya.

OZ Radio berhasil menarik perhatian pendengar setianya yang sebagian besar adalah anak-anak remaja berusia 15-35 tahun, baik pria maupun wanita. Radio ini berhasil menciptakan program-program yang sesuai dengan kehidupan dan juga dikalangan tren anak muda. Salah satu program unggulan di OZ Radio adalah “*Get In The Moz*” sebuah acara *Morning Drive Show* yang tayang setiap hari Senin sampai Jumat, dari pukul 06.00 hingga 10.00 WIB. Program-program lain sebenarnya juga tidak kalah menarik dibandingkan

dengan “*Get In The Moz*”, namun segmentasi audiens dari program ini dianggap lebih luas sehingga menjadikannya sebagai program unggulan.

Berdasarkan wawancara dengan produser “*Get In The Moz*”, ada beberapa keunggulan yang menonjol dari program ini. Pertama, acara ini dipandu oleh Reza dan Raihan, yang sudah terkenal di dunia musik karena sering menjadi MC di berbagai acara musik besar. Kedua, “*Get In The Moz*” tayang dari pukul 06.00 hingga 10.00 WIB, yaitu waktu prime time radio. Ketiga, program ini menawarkan segmen yang menarik seperti, Info Cuaca, Info Jalan Raya, Seputar Fakta Keren (SPOTAKER), Berita Terkini, dan Bedah Lirik Lagu. Selain itu, acara “*Get In The Moz*” memungkinkan penelpon, narasumber, dan pendengar untuk berpartisipasi langsung melalui via telfon atau mengirim pesan pada platform dimedia sosial yang telah disediakan oleh program tersebut. Semua ini dikemas dalam bentuk hiburan yang juga memberikan wawasan kepada pendengar.

Di program-program OZ Radio Jakarta, seperti “*Get In The Moz*”, banyak pendengar setia yang merasa dekat dengan penyiar, hampir seperti keluarga sendiri. Mereka sangat loyal dan sering mendengarkan stasiun radio ini. Namun, tidak semua pendengar merasa demikian; ada juga yang merasa kurang cocok dan memilih untuk pindah ke stasiun radio lain (Prayudha, 2005:119).

Sejak awal berdirinya, radio ini telah menerapkan konvergensi media dengan menggabungkan siaran melalui frekuensi gelombang dan internet untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam penyebaran informasi dan promosi. Selain itu, program “*Get In The Moz*” ini juga sudah aktif berinteraksi dengan pendengar melalui Instagram. Berkat strategi konvergensi media ini, program tersebut telah berhasil memperluas jangkauannya dengan memanfaatkan media sosial baru, OZ Radio mulai aktif di Instagram dan Facebook sejak 2022. Ini membuat mereka menjadi radio digital yang bisa diakses dengan mudah melalui ponsel, komputer, atau perangkat elektronik lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana OZ Radio Jakarta Khususnya pada program Siaran Acara “*Get In The Moz*” menerapkan konvergensi media untuk tetap mempertahankan eksistensinya di era digital. Fokus utama penelitian ini adalah pada program siaran “*Get In The Moz*”, yang

merupakan salah satu program menarik yang disajikan oleh OZ Radio Jakarta. Peneliti tertarik untuk mengeksplorasi strategi dan langkah-langkah yang diambil oleh OZ Radio dalam mengintegrasikan media digital dengan program ini untuk menjaga relevansi dan menarik audiens di tengah perkembangan teknologi saat ini.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis akan mengangkat judul skripsi sebagai berikut :

***KONVERGENSI MEDIA PADA PROGRAM SIARAN “Get In The Moz”  
DI OZ RADIO JAKARTA DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSI DI  
ERA DIGITAL***

### **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana OZ Radio Jakarta menerapkan konvergensi media pada program siaran “*Get In The Moz*”?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk :

Menjelaskan bagaimana OZ Radio Jakarta menerapkan konvergensi media untuk mengintegrasikan program siaran “*Get In The Moz*” dengan berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi streaming, dan website guna mempertahankan eksistensinya di era digital.

### **1.4 Kegunaan atau Manfaat**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi massa yang berfokus pada konvergensi media.

#### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan berharga tentang bagaimana penerapan konvergensi media pada radio komersial, terutama radio lokal. Tujuannya adalah untuk membantu radio dalam memperluas

jangkauan pendengar dan mempertahankan eksistensinya di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga bisa menjadi referensi berguna bagi penelitian selanjutnya yang membahas konvergensi media dalam konteks radio komersial.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dirancang untuk memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian dengan cara yang terorganisir dan jelas. Berikut adalah susunan sistematika penulisan yang akan digunakan :

### BAB I PENDAHULUAN

Bab Pendahuluan akan menjelaskan latar belakang penelitian ini, yaitu "Konvergensi Program Siaran '*Get In The Moz*' di OZ Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital." Di bagian ini, penulis akan menguraikan secara jelas masalah yang menjadi fokus penelitian dan mengapa topik ini relevan dan penting untuk diteliti.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan mengulas penelitian-penelitian sebelumnya yang dijadikan acuan dalam studi ini. Tujuannya adalah untuk mempermudah peneliti dalam mencari data terbaru dan relevan yang memiliki kesamaan dengan objek penelitian. Selain itu, bab ini juga akan membahas konsep dan teori yang digunakan, terutama mengenai strategi program yang berkaitan dengan "Konvergensi Program Siaran '*Get In The Moz*' di OZ Radio dalam Mempertahankan Eksistensi di Era Digital."

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kualitatif. Di sini, penulis akan menguraikan pendekatan yang diterapkan, serta detail tentang subjek dan objek penelitian di OZ Radio Jakarta 90.8 FM. Selain itu, bab ini juga mencakup teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta menjelaskan paradigma konstruktivisme yang mendasari



penelitian ini. Terakhir, bab ini juga akan menyajikan jadwal dan lokasi penelitian di OZ Radio Jakarta 90.8 FM.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memulai dengan merangkum temuan dan pembahasan secara mendalam. Kami akan menyajikan gambaran lengkap tentang perusahaan, termasuk struktur organisasinya, visi dan misinya, serta nilai-nilai yang menjadi dasar operasional mereka.

#### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dan saran yang merangkum hasil penelitian secara menyeluruh. Di sini, kita akan melihat gambaran umum temuan utama dari studi ini, membahas dampak dari hasil tersebut, dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan selanjutnya. Fokusnya adalah pada bagaimana konvergensi program siaran "*Get In The Moz*" di OZ Radio dapat membantu mempertahankan eksistensi di era digital.

