

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun OZ Radio Jakarta telah menerapkan konvergensi media untuk program “*Get In The Moz*”, dampaknya terhadap keberhasilan program tersebut belum terasa signifikan. Konvergensi media, meskipun penting, belum cukup untuk menentukan kesuksesan program secara keseluruhan.

Pada akhirnya, faktor utama yang menentukan apakah sebuah program akan disukai oleh masyarakat adalah kualitas konten dan cara penyajiannya. Konten yang menarik dan kemasan acara yang efektif tetap menjadi kunci utama dalam menarik perhatian audiens. Jika program “*Get In The Moz*” mampu menyajikan konten yang relevan, menarik, dan memikat hati penonton, maka keberhasilan program akan lebih mudah dicapai.

Ketika program tersebut berhasil menarik perhatian dan mendapatkan apresiasi dari penonton, sponsor dan pengiklan akan tertarik untuk terlibat dan mendukung program tersebut. Dengan kata lain, keberhasilan dalam menarik audiens akan secara otomatis menarik minat sponsor dan pengiklan, yang pada gilirannya dapat mendukung dan memperkuat keberhasilan program lebih lanjut.

Memang benar bahwa konvergensi media adalah kunci untuk bertahan di era digital. Namun, di zaman sekarang, masyarakat memiliki lebih banyak kendali dalam menentukan apa yang mereka tonton. Artinya, perusahaan media tidak bisa lagi memaksakan konten kepada audiens. Sebaliknya, mereka harus menyesuaikan konten mereka dengan minat dan preferensi masyarakat agar tetap relevan dan menarik.

Dari hasil penelitian, penulis dapat menyimpulkan bahwa Program Siaran “*Get In The Moz*” di OZ Radio Jakarta telah menerapkan Tiga dimensi konvergensi media menurut Rich Gordon. Berikut adalah ringkasan dari dimensi-dimensi tersebut :

1. *Tactical Convergence* :

OZ Radio Jakarta menerapkan strategi kolaborasi dengan berbagai media lain untuk memaksimalkan promosi silang dan pertukaran informasi. Melalui kolaborasi ini, OZ Radio tidak hanya dapat memperluas jangkauan audiens mereka tetapi juga meningkatkan visibilitas brand mereka di berbagai platform. Dengan bekerja sama dengan media lain, mereka dapat memanfaatkan kekuatan dan jaringan masing-masing untuk mencapai target pasar yang lebih luas, serta memperkuat kehadiran mereka dalam industri yang semakin kompetitif. Kolaborasi ini juga membuka peluang untuk berbagi konten dan sumber daya, yang pada gilirannya, meningkatkan daya saing OZ Radio dalam mempertahankan relevansi di era digital.

2. *Structural Convergence* :

OZ Radio Jakarta telah mengambil langkah signifikan dalam melakukan restrukturisasi organisasi guna menyesuaikan diri dengan tuntutan dan perubahan yang terjadi di industri penyiaran. Langkah ini mencerminkan fleksibilitas dan kemampuan adaptasi mereka dalam menghadapi dinamika industri yang terus berkembang, terutama di era digital yang menuntut inovasi dan efisiensi.

Restrukturisasi ini mencakup penyesuaian berbagai aspek operasional, termasuk perubahan dalam struktur kepemimpinan, pembagian tugas yang lebih efisien, dan pengintegrasian teknologi baru untuk mendukung operasional sehari-hari. Dengan melakukan perubahan struktural ini, OZ Radio Jakarta tidak hanya menunjukkan komitmen mereka untuk tetap relevan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, tetapi juga memperkuat posisi mereka sebagai pelaku industri yang siap beradaptasi dengan perubahan kebutuhan audiens dan

perkembangan teknologi. Ini memungkinkan mereka untuk merespons lebih cepat terhadap peluang dan tantangan baru, serta memastikan bahwa mereka dapat terus memberikan layanan yang berkualitas kepada para pendengar mereka.

### 3. *Storytelling Convergence* :

Penyiar di OZ Radio Jakarta memiliki keterampilan untuk menyampaikan informasi melalui berbagai format dan platform, termasuk siaran radio, media sosial, dan lainnya. Mereka mampu mengemas cerita dengan cara yang menarik, menyesuaikan penyampaian pesan untuk setiap platform yang digunakan, sehingga informasi dapat diterima dengan baik oleh audiens yang beragam.

## 5.2 Implikasi

Secara teoritis, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi berharga dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai konvergensi media, terutama dalam konteks industri penyiaran radio. Diharapkan, hasil penelitian ini bisa menjadi dasar yang kuat bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang ini.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan memberikan insight yang berguna bagi pengelola Program Siaran “*Get In The Moz*” di OZ Radio Jakarta. Dengan masukan yang diberikan, diharapkan mereka dapat menerapkan praktik konvergensi media dengan lebih efektif, memperluas jangkauan pendengar, meningkatkan pendapatan, dan memastikan bahwa radio tetap relevan dan eksis di era digital.

### 5.3 Saran

Berikut beberapa saran untuk tetap eksistensi program siaran “*Get In The Moz*” di OZ Radio Jakarta di era digital :

#### 1. Tingkatkan Interaksi

- Cobalah untuk lebih berinteraksi dengan pendengar melalui berbagai saluran komunikasi. Gunakan fitur live chat, adakan sesi tanya jawab secara daring, dan aktif berpartisipasi dalam kegiatan online. Ini akan membantu memperkuat keterlibatan audiens, meningkatkan pengalaman mendengarkan, dan membangun hubungan yang lebih erat antara penyiar dan pendengar.

#### 2. Variasikan Konten

- Pastikan konten siaran tetap bervariasi dan relevan dengan tren terbaru serta kebutuhan pendengar. Dengan selalu memperbarui format dan topik siaran, serta memahami apa yang diinginkan audiens, Anda dapat memastikan program tetap menarik dan bermanfaat.

#### 3. Perluas Promosi

- Manfaatkan lebih banyak saluran media sosial untuk promosi dan cari peluang untuk berkolaborasi dengan pihak lain. Dengan memperluas kehadiran di platform sosial yang tepat dan menjalin kerjasama, Anda bisa memperkuat citra merek, menjangkau audiens yang lebih luas, serta menarik lebih banyak pengikut dan pendengar yang aktif.

#### 4. Perluasan Evaluasi

- Libatkan pendengar lebih dalam dalam proses evaluasi dengan mengadakan polling atau kuesioner. Ini akan memberikan umpan balik langsung dan mendalam mengenai kepuasan dan preferensi mereka terhadap program siaran. Dengan memungkinkan pendengar untuk aktif memberikan masukan, stasiun radio dapat memperoleh data yang lebih terperinci dan akurat tentang apa yang diinginkan audiens. Ini

tidak hanya meningkatkan keterlibatan pendengar, tetapi juga membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan dalam konten dan penyajian program.

#### 5. Inovasi dalam Segmen Khusus

Teruslah berinovasi dalam segmen-segmen khusus seperti “Surpani” dan “Bucin” untuk menjaga daya tarik pendengar dan memberikan pengalaman mendengarkan yang unik. Dengan selalu menghadirkan ide-ide segar dan kreatif, stasiun radio dapat memastikan program tetap menarik dan relevan di era digital.

Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan program siaran “*Get In The Moz*” di OZ Radio Jakarta 90.8 FM akan terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya di era digital.

