

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era kemajuan teknologi, minat masyarakat terhadap radio mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Penyebabnya adalah radio hanya menyajikan informasi dalam bentuk audio, sementara banyak orang lebih tertarik pada konten visual. Meskipun demikian, masih ada pendengar setia yang mendengarkan radio, terutama saat mereka berkendara atau bepergian. Radio dianggap mampu menghadirkan hiburan melalui musik dan talkshow yang menarik, sehingga membantu menghilangkan kebosanan selama perjalanan. Oleh karena itu, stasiun radio harus terus berinovasi untuk mempertahankan minat pendengarnya (Effendy, 2006).

Seiring dengan pertumbuhan platform digital seperti layanan streaming musik dan podcast, stasiun radio menghadapi tantangan signifikan dalam mempertahankan audiens mereka. Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman mengenai radio dapat beradaptasi terhadap perubahan ini agar tetap relevan di era digital, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat. Industri radio sendiri sangat kompetitif, dengan banyak stasiun yang berupaya menarik serta mempertahankan pendengar (Cangara, 2007).

Radio merupakan salah satu bentuk media massa satu arah, yang memfasilitasi penyebaran pesan termasuk berita, informasi, dan hiburan ke khalayak luas. Evolusi radio melibatkan proses pengembangan yang cukup besar yang mengarah pada statusnya saat ini sebagai media komunikasi massa yang menonjol (Kustiawan, 2022).

Dalam dunia radio, pendengar dan penyiar merupakan dua unsur yang tidak dapat dipisahkan. Sebagai brand image ataupun garda depan untuk stasiun radio, sosoknya sebagai salah satu kunci ini yang menunjukkan posisi maupun komentar suatu radio. Tidak mudah menjadi seorang penyiar radio, apalagi di zaman teknologi digital seperti sekarang ini. Profesi sebagai teknisi radio sangatlah menarik dan memiliki keunikan tersendiri, sehingga dalam bidang ini seorang teknisi akan senantiasa berupaya meningkatkan kemampuan

komunikasinya dengan teknisi lain, dimana kemampuan berinteraksi dengannya akan semakin terasah. Selain itu, profesi ini akan membuat persepsi seseorang terhadap teknisi radio semakin terbatas karena teknisi radio dilatih untuk memahami banyak hal di berbagai bidang dan memiliki kesadaran terhadap fenomena yang terjadi di sekitarnya (Putri, 2023).

Radio dapat disebut sebagai medium informasi yang sangat efektif dan efisien karena kemampuannya menyampaikan informasi dan komunikasi dengan cepat dan merata kepada berbagai lapisan masyarakat. Hal ini menciptakan dampak yang signifikan dalam penyebaran pesan dan mencapai audiens secara menyeluruh (Effendy, 2006).

Radio yang hanya mampu menerima siaran FM sering diabaikan karena jangkauannya yang sempit. Namun, dibandingkan dengan frekuensi Am, siaran FM mampu menghasilkan kualitas suara lebih jernih dengan efek suara stereo. Keuntungan ini memungkinkan sipemilik stasiun Am untuk beralih kesiaran FM. Puncak kesuksesannya penyiaran radio FM dapat dilihat pada data tahun ke 93-an yang diterbitkan Straubhaar (2003:163,), yang mengatakan maka 77% pendengar (audience) musik berada di ranah penyiaran radio FM (Mufiid 2005: 27).

Esensi dari stasiun radio komersial terletak pada kemampuannya untuk menyajikan konten yang memikat perhatian pendengar, yang kemudian dapat dijadikan daya tarik bagi pengiklan (Prayudha, 2005: 47). Dengan demikian, program acara menjadi aspek krusial bagi identitas sebuah stasiun radio di mata audiensnya. Morissan (2008: 201) menguraikan empat faktor penting dalam perencanaan program siaran: 1) Produk: Kualitas materi program yang diharapkan dapat menarik minat pendengar. 2) Harga: Pertimbangan biaya produksi atau akuisisi program, serta penetapan tarif iklan. 3) Penempatan: Pemilihan waktu siaran yang strategis untuk memaksimalkan keberhasilan program. 4) Promosi: Strategi untuk memperkenalkan dan memasarkan program guna menarik pengiklan dan sponsor.

Dalam merancang dan mengelola produk radio, terdapat sejumlah aspek penting yang saling berhubungan seperti konten siaran, pembiayaan, distribusi, dan strategi promosi. Mengingat ketatnya persaingan dalam industri penyiaran, setiap stasiun radio perlu memiliki perencanaan yang strategis dan terfokus agar mampu menarik sekaligus mempertahankan pendengarnya.

Langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan format atau jenis konten yang akan ditayangkan, seperti siaran berita, musik, atau program edukatif lainnya. Penentuan konten ini sebaiknya berlandaskan pada riset mendalam terhadap minat dan kebutuhan pendengar yang menjadi target. Kualitas isi siaran memiliki peranan besar dalam membangun loyalitas audiens, karena program yang relevan dan disajikan secara menarik akan meningkatkan kemungkinan pendengar untuk terus mengikuti siaran. Misalnya, konten berita wajib menyampaikan informasi yang faktual dan aktual, sementara siaran musik harus menyesuaikan dengan preferensi musikal pendengarnya (Nugroho, 2019).

Selain konten, aspek pembiayaan juga menjadi elemen vital dalam perencanaan produk radio. Perlu dilakukan perhitungan anggaran yang mencakup kebutuhan produksi, honorarium penyiar, hingga pengeluaran operasional lainnya. Perencanaan anggaran yang baik akan membantu stasiun radio dalam mengelola keuangan secara efisien dan menghindari pemborosan. Biaya produksi biasanya mencakup perlengkapan siaran, penggunaan studio, dan aktivitas promosi. Adapun penyiar, sebagai ujung tombak yang berinteraksi langsung dengan pendengar, juga harus mendapatkan kompensasi yang sesuai. Oleh karena itu, setiap pos pengeluaran harus dirancang untuk memberikan kontribusi nyata terhadap kualitas program dan kepuasan audiens (Siregar, 2020).

Pemilihan lokasi studio yang tepat serta penentuan media siaran yang sesuai sangat berpengaruh dalam memperluas jangkauan audiens. Stasiun radio perlu mempertimbangkan keberadaan pendengar sasaran dan menempatkan studio di area yang mendukung kemudahan akses serta efisiensi dalam proses penyiaran. Selain itu, keputusan dalam menggunakan jenis platform siaran, baik melalui frekuensi AM, FM, maupun saluran digital, harus menyesuaikan dengan kebiasaan konsumsi media dari audiens target. Di era digital saat ini, keberadaan di ranah daring menjadi kebutuhan penting agar stasiun radio tetap relevan dan kompetitif di tengah perubahan pola konsumsi media masyarakat (Ramadhani, 2020).

Aspek promosi juga memainkan peran krusial dalam strategi perencanaan produk radio. Penerapan strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial, iklan komersial, hingga kerja sama dengan tokoh berpengaruh (influencer) dapat memperkuat visibilitas program radio di tengah persaingan industri. Platform media sosial seperti Instagram, X (sebelumnya Twitter), dan Facebook memberikan ruang interaktif untuk membangun keterlibatan dengan pendengar.

Melalui platform tersebut, stasiun dapat menyebarluaskan informasi program, berbagi konten yang menarik, serta menjalin komunikasi dua arah dengan komunitas pendengarnya. Selain itu, kolaborasi dengan figur publik yang memiliki audiens loyal dapat memperluas jaringan pendengar baru sekaligus meningkatkan citra stasiun radio. Pelaksanaan kampanye interaktif siaran langsung yang melibatkan pendengar dapat memperkuat hubungan antara stasiun radio dan audiensnya. Aktivitas semacam ini bukan hanya menumbuhkan rasa kepemilikan dan partisipasi dari pendengar, tetapi juga menciptakan pengalaman emosional yang mendalam dan membekas. Umpan balik dari audiens menjadi elemen penting dalam proses ini, karena melalui tanggapan tersebut, stasiun dapat memahami preferensi serta ekspektasi pendengarnya. Penyesuaian program berdasarkan masukan ini dapat meningkatkan loyalitas audiens dan memperluas jangkauan pendengar baru (Lestari, 2020).

Sebelum menyusun dan menyajikan program, stasiun radio perlu memahami secara mendalam karakteristik pendengar mereka. Penelitian audiens atau riset khalayak menjadi instrumen utama untuk memperoleh data terkait demografi, ketertarikan isi, pola waktu mendengarkan, dan perilaku konsumsi media. Informasi tersebut menjadi dasar penting dalam pengembangan isi siaran, penyusunan strategi penyiaran, hingga proses produksi konten. Semakin baik pemahaman terhadap audiens, semakin besar peluang keberhasilan sebuah program untuk diminati oleh pasar sasaran.

Dengan mengintegrasikan semua elemen seperti konten (produk), penganggaran (biaya), distribusi (tempat), dan strategi promosi, stasiun radio dapat merancang produk siaran yang efektif serta efisien secara ekonomi. Pendekatan yang menyeluruh ini tidak hanya mendukung keberlangsungan operasional stasiun, tetapi juga menjadi fondasi bagi pertumbuhan dan perluasan audiens di tengah kompetisi industri penyiaran.

Kesuksesan sebuah stasiun radio sangat ditentukan oleh mutu program siaran yang ditawarkannya. Menurut Morissan (2008: 200) , program merupakan isi atau materi siaran yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Sementara itu, Gilang (1996: 62) menyebutkan bahwa program radio terdiri dari serangkaian acara yang disusun berdasarkan pembagian waktu dalam satu hari, seperti pagi, siang, sore, dan malam. Meskipun demikian, pembagian ini tidak bersifat mutlak, melainkan dapat disesuaikan dengan strategi masing-masing stasiun.

Perancangan jadwal siaran perlu merujuk pada riset yang mendalam mengenai kebutuhan audiens, kemampuan mereka dalam menerima pesan, serta kebiasaan mereka dalam mengakses siaran radio. Contohnya, siaran pagi umumnya diarahkan pada pendengar yang sedang memulai aktivitas, sehingga isi program lebih ringan, seperti musik, informasi cuaca, lalu lintas, dan berita singkat. Sebaliknya, program malam biasanya lebih santai, cocok untuk pendengar yang sedang bersantai setelah menjalani hari yang padat. Dalam praktiknya, sebagian besar program radio diproduksi secara internal oleh stasiun yang bersangkutan. Morissan (2008: 224) juga mengelompokkan program radio ke dalam dua kategori utama, yaitu program musik dan program informasi, yang kemudian dikembangkan dalam berbagai format untuk memenuhi kebutuhan hiburan sekaligus informasi bagi pendengarnya.

Program radio yang berkualitas harus memiliki ciri khas yang membedakannya dari program lain. Keistimewaan tersebut dapat muncul dari keaslian ide tema atau metode penyampaian isi siaran yang kreatif dan berbeda. Dalam konteks komunikasi, keberhasilan proses penyampaian pesan dapat diukur dari seberapa efektif pesan yang disampaikan oleh komunikator diterima dan dipahami oleh komunikan. Untuk mencapai komunikasi yang efektif, penting bagi komunikator untuk memahami karakteristik target audiens, sehingga strategi serta media komunikasi yang digunakan dapat disesuaikan secara optimal (Kurniawan, 2020).

Oleh sebab itu, memahami audiens merupakan elemen kunci dalam proses komunikasi. Ketika komunikator mengenali karakteristik audiens dengan baik, peluang untuk mencapai komunikasi yang berhasil akan semakin besar (Cangara, 2007: 26). Hal ini sangat relevan bagi penyiar radio, yang hanya dapat berinteraksi melalui suara tanpa kehadiran visual. Oleh karena itu, penyiar dituntut untuk tampil secara profesional dalam menyampaikan pesan agar mampu menarik perhatian pendengar, karena dalam situasi ini, penyiar berperan sebagai komunikator utama.

Peran penyiar sangat vital dalam menentukan keberhasilan sebuah stasiun radio. Meskipun menghadapi berbagai tantangan dan keterbatasan, penyiar harus tetap berupaya maksimal untuk menjaga daya tarik siaran radio. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai penentu kualitas dan posisi siaran di mata pendengar.

Dalam hal ini, seorang penyiar atau host program juga memegang peran sebagai evaluator yang menentukan arah dan keberhasilan sebuah program siaran. Efektivitas komunikasi yang dibangun oleh penyiar sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menerapkan etika komunikasi yang baik (Kaharu, 2017).

Dalam industri penyiaran, program siaran menjadi identitas utama sebuah stasiun radio. Keberhasilan program sangat ditentukan oleh peran penyiar sebagai komunikator, yang tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membangun kedekatan dengan audiens. Oleh karena itu, kompetensi komunikasi penyiar menjadi aspek krusial dalam menjaga kualitas siaran, menarik perhatian pendengar, dan mempertahankan loyalitas audiens.

Sejalan dengan itu, untuk menjadi penyiar radio yang handal, tidak cukup hanya memiliki kemampuan berbicara yang baik. Terdapat tiga kompetensi utama yang harus dimiliki oleh seorang penyiar profesional. Pertama, kemampuan vokal yang jelas dan komunikatif sangat penting agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan mudah oleh pendengar. Hal ini mencakup pengaturan intonasi, tempo bicara, serta artikulasi suara agar penyampaian informasi terdengar menarik dan mudah dipahami. Kedua, penguasaan terhadap perangkat siaran merupakan keterampilan teknis yang tak kalah penting. Penyiar harus terbiasa menggunakan alat-alat studio seperti mikrofon, mixer, dan aplikasi penyiaran digital. Ketiga, kepekaan dalam memilih lagu yang sesuai dengan mood dan karakter program juga menjadi penentu kualitas siaran. Lagu yang tepat dapat membangun suasana yang diharapkan dan memperkuat keterikatan emosional dengan pendengar. Ketiga keterampilan ini, bila dikuasai secara menyeluruh, akan menunjang kredibilitas dan profesionalisme seorang penyiar (Masduki, 2005:119).

Penyiar radio bertanggung jawab dalam menyampaikan informasi, hiburan, maupun pesan tertentu kepada khalayak melalui media siaran. Dalam posisinya sebagai komunikator, penyiar menjadi penghubung antara stasiun radio dan pendengar melalui medium suara. Umumnya, mereka membawakan berbagai program seperti berita, musik, perbincangan (talk show), serta segmen-segmen khusus yang dirancang untuk menarik minat pendengar.

Tugas utama mereka mencakup membuka dan menutup acara, menyusun serta menjalankan alur acara (rundown), memutar konten sesuai jadwal, serta melakukan interaksi aktif dengan audiens melalui panggilan telepon, media sosial, atau pesan singkat. Interaksi tersebut berperan penting dalam membangun kedekatan emosional antara penyiar dan pendengar serta meningkatkan partisipasi audiens dalam siaran.

Selain itu, penyiar dituntut memiliki keterampilan komunikasi yang baik, seperti kemampuan mendengarkan secara aktif, memahami karakter pendengar, serta memberikan tanggapan yang sesuai. Kreativitas juga menjadi aspek yang tidak kalah penting, karena penyiar harus mampu menyusun konten yang segar dan menghibur agar dapat mempertahankan perhatian pendengar.

Pengetahuan umum yang memadai sangat dibutuhkan mengingat penyiar kerap berbicara mengenai berbagai isu di luar bidang spesialisasi mereka. Oleh sebab itu, penguasaan teknik siaran dan pengoperasian peralatan studio menjadi keharusan. Seiring perkembangan teknologi, penyiar juga dituntut untuk terus belajar dan beradaptasi agar tetap relevan (Saputra, 2019).

Gaya siaran yang diterapkan oleh seorang penyiar biasanya disesuaikan dengan jenis program yang membawakannya. Sebagai contoh, penyiar program musik umumnya menggunakan gaya yang lebih santai dan bersahabat, sedangkan untuk program berita, gaya siarannya cenderung resmi dan serius. Penyesuaian ini penting agar selaras dengan identitas stasiun radio serta karakteristik audiens yang dituju. Kemampuan penyiar dalam menyesuaikan gaya siaran dengan konteks program akan membantu menciptakan pengalaman mendengarkan yang lebih menyenangkan dan memperkuat keterlibatan pendengar (Lestari, 2021).

Walaupun pekerjaan sebagai penyiar terkesan menyenangkan, profesi ini sebenarnya penuh tantangan, salah satunya adalah menjaga kualitas suara dan semangat selama durasi siaran yang panjang, sehingga penyiar dituntut untuk tetap menjaga performa vokal agar terdengar energik dan menarik meskipun berbicara berjam-jam. Selain itu, mereka juga harus siap beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang berlangsung pesat, memanfaatkan berbagai platform digital seperti aplikasi streaming, podcast, dan media sosial untuk menjangkau audiens lebih luas, bahkan di luar waktu siaran langsung (Putra, 2020).

Di tengah persaingan industri penyiaran yang semakin ketat, program *Get In The Moz* dari OZ Radio Jakarta tidak hanya bersaing dengan acara hiburan lain, tetapi juga menghadapi kompetisi dari radio seperti Prambors FM, yang berhasil memposisikan diri sebagai *No. 1 Hit Music Station* dengan fokus pada musik populer yang sedang tren di kalangan remaja dan dewasa muda, serta program kreatif yang membahas isu terkini, gaya hidup, dan hiburan yang relevan dengan minat audiens. Selain itu, Hard Rock FM Jakarta juga menjadi kompetitor yang sebanding dengan OZ Radio, dengan program yang interaktif, musik yang mengikuti tren, serta penyiar yang energik dan humoris, sehingga mampu menarik perhatian audiens muda dan dewasa muda secara efektif. Selain keunggulan dalam kurasi musik, Prambors FM juga unggul dalam adaptasi terhadap platform digital, memanfaatkan media sosial, layanan streaming, dan podcast untuk memperluas jangkauan audiens serta memudahkan akses konten kapan saja dan di mana saja, sehingga mampu menjaga loyalitas pendengar sekaligus menarik audiens baru.

Keunggulan lainnya adalah kemampuan penyiar-penyiarnya menciptakan suasana siaran yang interaktif dan menghibur, dengan karakter unik dan humoris yang mampu menjaga perhatian pendengar sekaligus memberikan identitas khas pada setiap program. Dengan strategi-strategi ini, Prambors FM dan Hard Rock FM menunjukkan kesamaan dengan OZ Radio dalam hal target audiens dan kreativitas konten, namun dengan pendekatan yang lebih intensif pada pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing di era modern.

Kesuksesan program *Get In The Moz* sangat bergantung pada keterampilan penyiar dalam membangun komunikasi yang akrab dan responsif. Dengan gaya bicara yang santai namun tetap profesional, para penyiar mampu mengarahkan wawancara secara terstruktur sehingga perbincangan terasa menarik sekaligus informatif bagi pendengar.

Program ini tampil menonjol berkat pembaruan format dan konten yang sesuai dengan selera serta gaya hidup anak muda masa kini. Kemampuannya bersaing dengan media digital seperti podcast dan layanan streaming didukung oleh citra sebagai program radio yang modern dan fleksibel. Hal ini semakin diperkuat dengan penggunaan slogan “Your Friendly Station” dan keterlibatan aktif bersama komunitas lokal.

Tayang setiap pagi, Get In The Moz berhasil menghadirkan campuran antara informasi dan hiburan yang relevan dengan kehidupan generasi muda. Beragam segmen seperti musik dan gaya hidup dikemas secara interaktif dan fungsional, mencakup wawancara bersama musisi hingga berbagai tips seputar kesehatan, fesyen, dan teknologi, yang semuanya menambah nilai dan daya tarik program di mata pendengar.

Kesuksesan program ini juga sangat bergantung pada kompetensi penyiar yang profesional. Mereka tidak hanya pandai mengarahkan diskusi dan bertanya secara efektif kepada narasumber, tetapi juga mampu menciptakan suasana interaktif dalam tayangan, menjaga program tetap segar, berenergi, dan jauh dari kesan monoton. Hal inilah yang membuat Get In The Moz tampil beda di tengah persaingan media.

Meski mempunyai banyak keunggulan, program ini juga menghadapi kelemahan tertentu, salah satunya terbatasnya format yang didominasi audio saja. Di era digital yang kian visual, minat audiens khususnya generasi muda lebih condong ke konten berbasis video seperti konten dari YouTube atau TikTok. Hal ini menimbulkan tantangan serius bagi Get In The Moz dalam mempertahankan daya tarik dan visibilitas di kalangan pendengar.

Keterbatasan ini berpotensi membatasi ekspansi audiens. Meskipun konten yang dihadirkan cukup menarik, tanpa dukungan elemen visual yang sesuai preferensi modern baik lewat platform digital atau media sosial. Oleh karena itu, perlu adanya inovasi dalam format penyajian, seperti menyertakan cuplikan video, behind the scenes, atau visual audiogram di sosial media.

Kualitas program sangat bergantung pada performa penyiar. Jika penyiar tidak mampu tampil prima, baik secara wawasan maupun kemampuan komunikasi keseluruhan kualitas tayangan bisa menurun, sehingga pengalaman mendengarkan pendengar menjadi kurang memuaskan. Penyiar yang minim pengalaman atau kurang mempersiapkan diri dengan pemahaman topik yang dibahas berisiko membuat audiens kehilangan minat. Oleh karena itu, pelatihan intensif dan pengembangan kompetensi penyiar menjadi krusial agar kualitas siaran tetap optimal.

Selain hal tersebut, Get In The Moz harus bersaing dengan layanan streaming musik dan podcast yang menyediakan kemudahan akses kapan saja dan di mana saja. Platform seperti Spotify, Apple Music, dan berbagai penyedia podcast memberi kebebasan mendengarkan tanpa terikat jadwal siaran. Fenomena ini menjadikan radio konvensional berada di bawah tekanan karena pendengar memiliki alternatif hiburan yang lebih fleksibel.

Agar tetap eksis dan relevan di tengah dinamika perubahan perilaku konsumsi media oleh pendengar, program Get In The Moz perlu melakukan penyesuaian yang signifikan, terutama dengan memanfaatkan berbagai kemajuan teknologi digital. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah menghadirkan versi rekaman dari program dalam bentuk podcast on-demand. Format ini memungkinkan pendengar untuk mengakses konten kapan saja dan di mana saja, tanpa harus mengikuti jadwal siaran langsung. Hal ini tentu akan memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi audiens yang memiliki rutinitas padat atau berada di luar jangkauan siaran langsung.

Tidak hanya itu, program ini juga dapat memperluas eksistensinya melalui kerja sama strategis dengan influencer digital atau kreator konten populer di media sosial. Melibatkan mereka sebagai narasumber, pembawa segmen khusus, atau mitra promosi akan membuka peluang besar untuk menjangkau komunitas digital yang lebih luas, khususnya kalangan muda yang sangat aktif di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Langkah ini dapat meningkatkan daya tarik program dan membangun citra Get In The Moz sebagai siaran yang kekinian dan adaptif terhadap tren digital.

Secara umum, Get In The Moz mampu menarik perhatian generasi muda karena menyajikan konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga bersifat edukatif. Untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan media digital yang semakin kompetitif, program ini perlu terus beradaptasi dengan menghadirkan inovasi dalam format tayangan, metode distribusi, serta strategi komunikasi dengan audiens. Langkah ini penting agar program dapat memperluas jangkauan pendengar sekaligus menjaga kesetiaan pendengar yang sudah ada.

Kemampuan komunikasi menjadi faktor fundamental bagi seorang penyiar, terutama ketika melakukan wawancara dengan narasumber. Penyiar yang kompeten harus mampu menggali informasi secara mendalam, menyusun pertanyaan yang tepat sasaran, dan menjaga kelangsungan diskusi agar tetap menarik dan relevan. Aspek komunikasi ini juga melibatkan keterampilan mendengarkan secara aktif, memahami konteks pembicaraan, serta menyampaikan pesan secara runtut, jelas, dan meyakinkan.

Dalam praktik siaran langsung, penyiar dituntut untuk responsif terhadap berbagai karakter narasumber dan topik yang diangkat. Selain itu, mereka harus mampu mengelola durasi wawancara dengan baik dan menyesuaikan gaya komunikasi sesuai situasi baik yang bersifat formal maupun santai, agar pesan tersampaikan dengan efektif kepada pendengar dari berbagai latar belakang.

Dalam posisi sebagai penghubung antara narasumber dan pendengar, penyiar juga berperan dalam menyaring, merangkum, dan menyampaikan informasi yang disampaikan oleh narasumber dengan cara yang mudah dipahami oleh audiens. Artinya, seorang penyiar yang handal harus mampu mentransformasikan topik-topik kompleks menjadi pembahasan yang menarik dan mudah dicerna tanpa menghilangkan makna esensialnya. Kemampuan menyederhanakan informasi inilah yang membuat penyiar bisa menyampaikan pesan dengan jangkauan luas, sehingga pendengar tidak hanya merasa terhibur tetapi juga mendapatkan pengetahuan yang bermanfaat.

Kemampuan mengelola situasi tak terduga merupakan bagian penting dari kompetensi komunikasi penyiar radio, terutama saat siaran langsung. Gangguan teknis, perubahan topik mendadak, atau respons emosional narasumber bisa muncul sewaktu-waktu. Penyiar yang profesional harus mampu tetap tenang dan mengarahkan jalannya wawancara secara fleksibel melalui improvisasi yang tepat agar siaran tetap menarik dan informatif.

Komunikasi yang efektif tidak hanya meningkatkan kualitas wawancara, tetapi juga berpengaruh besar terhadap citra stasiun radio. Ketika pendengar merasa terhubung dengan penyiar, mereka akan lebih loyal dan aktif mengikuti program. Oleh karena itu, penyiar perlu memiliki kemampuan membangun hubungan dengan narasumber dan audiens secara bersamaan.

Penelitian ini penting dilakukan untuk menelaah kompetensi komunikasi penyiar dalam program *Get In The Moz*, terutama dalam membangun interaksi yang akrab, mengelola wawancara, serta menyajikan konten yang relevan dengan gaya hidup audiens muda. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian komunikasi penyiaran, sekaligus kontribusi praktis bagi stasiun radio dalam meningkatkan strategi penyiaran agar tetap eksis di era digital.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bagaimana Kompetensi Komunikasi Penyiar Radio pada Program *Get In The Moz* di Oz Radio Jakarta dalam mempertahankan pendengar.

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Kompetensi Komunikasi Penyiar Radio pada Program *Get In The Moz* di Oz Radio Jakarta dalam mempertahankan pendengar

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat dalam kompetensi komunikasi penyiar radio. Hal ini dapat menciptakan pengalaman mendengar yang lebih menarik dan informatif bagi pendengar. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman teoritis keterampilan komunikasi penyiar radio khususnya di bidang wawancara narasumber dan mengeksplorasi bagaimana penyiar program *Get In The Moz* di Oz Radio dapat beradaptasi terhadap perkembangan tren komunikasi dan teknologi di dalam industri penyiaran.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan wawasan panduan praktis bagi penyiar Oz Radio untuk meningkatkan keterampilan wawancara, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kualitas program radio dan memperkaya pengalaman pendengar. Memberikan wawasan bagi penyiar muda atau calon penyiar dalam memahami tuntutan dan kompetensi yang diperlukan dalam industri penyiaran, khususnya di lingkungan Oz Radio.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah rangkaian cara penulisan untuk menyelesaikan sebuah penelitian. Sistematika yang menghubungkan antara pendahuluan, tujuan, hingga tahap akhir yaitu kesimpulan.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian penulis maupun bagi masyarakat, dan sistematika penulisan. Secara garis besarnya bab 1 ini penulis mencantumkan gambaran umum pada penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi beberapa penelitian terdahulu yang relevan, definisi konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian, serta kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan menguraikan tentang pendekatan yang digunakan dalam penelitian, pemilihan informan, metode pengumpulan data, pengelolaan dan analisis data, serta detail terkait lokasi dan jadwal pelaksanaan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berfokus pada output dari penelitian yang telah dilakukan, dimulai dengan gambaran profil responden, diikuti dengan analisis dan pembahasan terhadap hasil yang diperoleh.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat rangkuman dari penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi yang disampaikan. Kesimpulan disusun berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi dalam penelitian dan hasil dari upaya penelitian yang objektif. Selain itu, terdapat saran yang mencakup masukan atau solusi untuk mengatasi permasalahan yang telah diidentifikasi.