



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan media komunikasi dan informasi semakin pesat pada era revolusi industri 4.0. Menurut Rakhmat (2018:9) teknologi komunikasi telah berkembang begitu rupa sehingga tidak ada satu masyarakat modern yang mampu bertahan tanpa komunikasi. Kehadiran internet dalam perkembangan dunia modern membuat banyak media informasi seperti media cetak kurang diminati, namun tidak demikian halnya dengan radio. Radio tetap menjadi media komunikasi massa yang masih diminati. Radio masih menjadi sumber informasi, edukasi dan hiburan masyarakat. Radio juga menyajikan produksinya secara audio, sehingga radio dapat dinikmati oleh semua kalangan termasuk masyarakat yang buta huruf. Radio dapat menjangkau masyarakat luas walaupun bersifat terbatas. Karakteristik unik ini menjadikan radio selalu diminati masyarakat dan memiliki keterkaitan erat di hati para pendengarnya.

Sejak didirikannya Radio Republik Indonesia (RRI) pada tanggal 11 September 1945, radio mengalami perkembangan yang sangat pesat. Stasiun-stasiun radio banyak bermunculan dengan karakteristiknya masing-masing. Tak hanya di kota-kota besar, radio juga setia menemani masyarakat yang tinggal di perkotaan dan pedesaan. Di kota-kota besar industri radio bersaing secara ketat dalam menjaring dan mempertahankan pendengarnya. Para pelaku bisnis siaran radio menerapkan berbagai strategi kreatif agar tidak kehilangan para pendengarnya. Salah satu alasan tumbangnya stasiun radio adalah karena kurangnya kreativitas dari penyelenggara siaran.

Radio dapat terus digemari pendengarnya, maka diperlukannya produksi program acara yang informatif, kreatif, serta inovatif yang dapat memenuhi kebutuhan serta dapat memuaskan para pendengarnya. Perlu dimengerti juga bahwa setiap program acara yang disajikan maupun produksi program acara yang dilakukan oleh setiap stasiun radionya dapat berbeda satu sama lain, baik dari segi pengemasan materi siaran, *air personality* penyiarinya, format siaran yang digunakan, cara pengidentifikasian terhadap sasaran target pendengarnya, maupun tahap-tahapan yang harus dilalui dalam memproduksi sebuah program acara yang disajikan.

Beragam program dan konten kreatif ditawarkan oleh OZ Radio, tak kurang dari enam program siaran ditawarkan oleh OZ Radio salah satu di antaranya adalah OZ ON THE WAY (OZOTW). OZOTW merupakan program siaran Prime time yang menyajikan beberapa konten yang sangat menarik di antaranya adalah materi siaran yang unik, berita viral *terupdate*, juga *live interview* dengan musisi yang mengeluarkan *single* terbarunya dan menyanyikannya secara langsung di OZ Radio (OZCLUSIVE). Selama tiga jam siarannya pada pukul 16:00 – 19:00, program OZOTW ini menjadi bagian dari kreativitas dalam mempertahankan para OZZERS.

Seiring dengan perkembangan media sosial di antaranya Instagram, Twitter, Tik Tok dan Youtube, OZ Radio juga beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial tersebut untuk mengunggah konten-konten kreatifnya. Penggunaan keempat media sosial tersebut dimaksudkan untuk lebih mendukung tujuan utama OZ Radio. Konten kreatif dibuat untuk meningkatkan jumlah pendengar dan meningkatkan ketertarikan khalayak umum untuk mendengarkan OZ Radio. Media-media sosial tersebut juga menjadi sarana pendukung untuk mendekatkan audiens dengan OZ

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

Radio. Interaktivitas yang ditawarkan dalam media sosial, memudahkan audiens untuk dapat berkomunikasi langsung melalui jejaring media sosial tersebut.

Konten kreatif adalah sebuah informasi yang tersedia dalam bentuk elektronik yang dikemas dengan konsep yang menarik dan berbeda. Konten-konten kreatif yang diunggah pada media sosial menjadi ajang promosi dari program-program yang disediakan OZ Radio di antaranya OZOTW. Konten kreatif yang merupakan hasil kreativitas tim kreatif OZ Radio diunggah dalam bentuk video, foto, dan artikel pada Instagram, Twitter, Tik Tok dan Youtube. Konten-konten tersebut di *update* setiap hari dan maintenance oleh admin sosial media OZ Radio. Melalui dukungan media-media sosial tersebut terbukti OZ Radio mampu menarik perhatian audiensnya. Sebanyak 278.490 orang tercatat sebagai follower pada akun Twitter dan 24.800 orang pada akun Instagram OZ Radio, pada fanspage facebook OZ Radio disukai oleh 3.662 orang pengguna facebook, dan Youtube *official* OZ Radio di *subscribe* oleh 14.900 orang, sementara akun Tik Tok diikuti 38.400 orang. Judul "Proses Produksi Konten Kreatif dalam Program "OZOTW" Di Oz Radio 103.1 FM Bandung" diambil guna mengetahui dan meningkatkan pemahaman akan proses produksi konten kreatif di OZ Radio Bandung.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut rumusan masalah yang dibahas pada laporan akhir ini:

- 1) Apa jenis konten kreatif pada program OZOTW di OZ Radio Bandung 103.1 FM?
- 2) Apa peran konten kreatif pada program OZOTW di OZ Radio Bandung 103.1 FM?
- 3) Bagaimana proses produksi konten kreatif di OZ Radio Bandung 103.1 FM?

### Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dalam laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui jenis konten kreatif pada program OZOTW di OZ Radio Bandung 103.1 FM.
- 2) Mengetahui peran konten kreatif pada program OZOTW di OZ Radio Bandung 103.1 FM.
- 3) Mengetahui proses produksi konten kreatif di OZ Radio Bandung 103.1 FM.

## METODE

### Lokasi dan Waktu

Praktik Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan sebagai syarat menyelesaikan Tugas Akhir Mahasiswa Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. PKL ini dilaksanakan di OZ Radio Bandung, Jalan Setrasari II No 14, Kelurahan Sukarasa, Kecamatan Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40152. Lokasi PKL tersaji pada gambar 1. PKL dilaksanakan selama 2,5 bulan pada 02 Februari - 15 April 2022.

