

## ABSTRAK

### **Annisa Noor Qisthina: STRATEGI PENYIARAN PROGRAM “OZ TERBANG PAGI” DI OZ RADIO BANDUNG**

Perkembangan dan kemajuan media tak bisa dihindari sejalan dengan perkembangan teknologi dan informasi. Masyarakat saat ini sangat bergantung pada informasi yang harus cepat, up-to-date, dan dapat dipercaya. Di Indonesia, media telah mengalami banyak perubahan, dengan munculnya berbagai media baru yang menawarkan konten menarik. Radio, sebagai salah satu bentuk media teknologi, masih memiliki daya tahan yang signifikan hingga saat ini.

Penelitian ini menginvestigasi strategi penyiaran yang diterapkan dalam program radio populer "Oz Terbang Pagi" di stasiun radio Oz Radio Bandung. Dalam konteks persaingan media yang semakin ketat, strategi penyiaran menjadi aspek kunci dalam menjaga dan meningkatkan keberhasilan program radio.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan melibatkan penyiar, direktur program, dan produser sebagai informan utama. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung. Hasil penelitian ini mengungkapkan berbagai strategi yang digunakan dalam tahap perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program. Ini mencakup pemahaman yang mendalam mengenai audiens, pemilihan topik yang relevan, kreativitas dalam penyampaian, serta pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi.

Hasil penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang strategi sukses yang diterapkan dalam konteks penyiaran radio yang sangat dinamis. Penemuan ini dapat memberikan kontribusi positif kepada praktisi media, penyiar radio, serta para peneliti yang tertarik dalam memahami strategi penyiaran di era digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi panduan berharga dalam upaya meningkatkan kualitas dan efektivitas siaran radio serta menjaga daya tarik program radio yang populer.

Kesimpulannya OZ Radio 103.1 FM Bandung merupakan sebuah perusahaan radio di Kota Bandung dengan segmentasi anak muda hingga dewasa, yang mempunyai tujuan memberikan informasi yang terupdate, informasi yang unik, informasi yang berdampak positif kepada pendengarnya dan juga hiburan. Karena tujuan itulah radio ini membuat perencanaan sebelum melakukan siaran, perencanaan yang dilakukan oleh radio ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu jangka panjang mengenai visi dan misi, peluang dan ancaman, kekuatan dan kelemahan serta penyiar dan jangka pendeknya mengenai strategi cadangan. Setelah perencanaan dibuat, lalu dilaksanakan rencana tersebut dengan pembuatan naskah, penyiar, mempromosikan program, mempersiapkan keuangan dan terdapat kompensasi supaya pelaksanaan siaran radio berjalan dengan lancar. Setelah melakukan siaran setiap hari, radio ini melakukan evaluasi untuk mengetahui perkembangan radio dengan cara membandingkan hasil keberhasilan dari tahun sebelum dan tahun sesudahnya serta melakukan tindakan korektif.

Kata Kunci: Strategi, Radio, perencanaan, Pelaksanaan, Evaluasi