

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang mengacu pada pertanyaan penelitian dalam kajian yang mengangkat judul *positioning* Oz Radio Bandung melalui identitas : *tagline*, pemilihan lagu dan gaya bertutur penyiar dengan menggunakan metode kualitatif pendekatan studi kasus, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pada kegiatan penyeleksian lagu *music director* memiliki beberapa tahap. Tahapan yang pertama adalah penyeleksian lagu yang secara langsung dikerjakan oleh *music director* yang dibantu oleh operator, lagu yang dipilih merupakan lagu *hits* dan juga lagu keluaran baru. Kurang lebih sebanyak 200 lagu dipilih untuk kemudian akan diseleksi melalui kegiatan survey musik yang dilakukan oleh sejumlah pendengar yang dipilih secara *random* oleh pihak Oz Radio Bandung. Lagu yang diperdengarkan lalu dipilih oleh pendengar tersebut akan diakumulasikan melalui aplikasi yang dimiliki oleh Oz Radio, yang kemudian akan menunjukkan hasil lagu-lagu apa saja yang terpilih dalam survey musik dan akan dijadikan *playlist* di setiap program siaran termasuk program siaran Terbang Pagi.
2. Pada penggunaan *tagline young n hits*, dapat terlihat secara kasat mata identitas dari Oz Radio Bandung 103.1 FM. Melalui tagline ini Oz Radio Bandung 103.1 FM berusaha untuk mencirikan identitasnya sebagai radio

anak muda di kota Bandung. Tagline ini sebagian besar diamini oleh pendengar yang juga dijadikan narasumber dalam penelitian ini. Tagline *young n hits* juga diamini oleh para pekerja Oz Radio Bandung 103.1 FM khususnya para penyiar yang menjadi bintang utama dari sebuah staisun radio.

3. Dalam aspek komunikasi penyiar Oz Radio Bandung 103.1 FM khususnya dalam program siaran Terbang Pagi gaya bertutur atau gaya siaran yang ditampilkan adalah gaya siaran yang penuh semangat, keceriaan, santai dan akrab. Selain itu aksentuasi saat Disha dan Decil membawakan program Terbang Pagi terlihat jelas dengan aksen atau dialeg sunda.

Komunikasi akan berjalan dengan baik apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator yang dalam hal ini adalah penyiar dapat dipahami dan dimengerti oleh penerima pesan (pendengar). Sedangkan pendengar akan memahami bahasa sesuai dengan pengetahuan bahasa yang dimiliki, pendengar Oz Radio Bandung 103.1 FM program siaran Terbang Pagi sebagian besar adalah masyarakat sunda sehingga artinya ada kesamaan bahasa yang digunakan penyiar dan mudah dimengerti oleh pendengarnya. Inilah point dimana keberhasilan proses komunikasi telah dicapai dengan baik oleh Oz Radio Bandung 103.1 FM melalui gaya siaran yang ditampilkan oleh penyiarnya dalam program Terbang Pagi yaitu Disha dan Decil. Karakteristik siaran pun berbeda-beda karena harus disesuaikan dengan program siaran yang akan dibawakan. Dalam program siaran Terbang Pagi Disha Ardiwinata

memiliki karakteristik siaran yang ceria tetapi tetap anggun sedangkan Decil Prapanca memiliki karakteristik siaran yang ceria, lucu dan kocak.

## 5.2 Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan berkaitan dengan *positioning* Oz Radio Bandung melalui tagline, pemilihan lagu dan gaya bertutur penyiar dalam program siaran Terbang Pagi. Maka peneliti mencoba untuk memberikan beberapa saran seperti berikut :

### 5.2.1 Saran Teoritis

1. Saran untuk penelitian dan pengembangan selanjutnya, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung diharapkan dapat lebih dalam menggali dan membahas mengenai *positioning* dari sebuah stasiun radio. Karena bahasan ini masih belum banyak yang membahas. Sehingga kedepannya bahasan ini akan semakin menarik untuk dikupas, mengingat setiap stasiun radio memiliki karakter masing-masing.
2. Refrensi buku mengenai *positioining* di era digital dirasakan penulis cukup sulit ditemukan jika dibandingkan referensi buku mengenai radio secara umum. Alangkah baiknya jika kedepannya buku-buku lebih mudah untuk ditemukan.

3. Bagi mahasiswa yang berminat untuk mengangkat tema serupa dengan penelitian ini, diharapkan dapat membahasnya dari sudut pandang yang berbeda dan disesuaikan dengan perkembangan yang terjadi.

### 5.2.2 Saran Praktis

1. *Tagline* merupakan sebuah identitas dari suatu stasiun radio, sehingga kepemilikannya merupakan sebuah hal yang penting. Adapun saran ataupun rekomendasi untuk pihak Oz Radio Bandung 103.1 FM mengenai *tagline* sebenarnya sudah cukup baik dengan sering adanya pengulangan *tagline* disetiap *opening* atau *closing* dari satu program siaran maupun iklan. Apabila merujuk pada pernyataan Eric Swartzm yang mengatakan bahwa *tagline* merupakan kata yang memiliki keunikan dan diletakan mendampingi logo ada baiknya Oz Radio Bandung 103.1 FM pun melakukan hal yang sama, yaitu meletakan *tagline* disamping logo agar para pesan dari *tagline* tersebut semakin dapat diingat oleh masyarakat khususnya para pendengar, terlebih lagi apabila logo Oz Radio Bandung 103.1 FM terpampang di spanduk, baligho atau flyer dari event-event yang bekerjasama dengan pihak Oz Radio Bandung.

2. Dalam program siaran Terbang Pagi Disha dan Decil seringkali membawakan program tersebut dengan bercandaan menggunakan bahasa sunda, meskipun sebagian pendengar Oz Radio Bandung 103.1 FM merupakan masyarakat sunda namun ada baiknya penggunaan bahasa sunda atau dialeg tersebut jangan terlalu mendominasi sehingga ditakutkan adanya ketidaksempurnaan penyampaian pesan siaran apabila ada pendengar yang bukan masyarakat sunda.
3. Komunikasi penyiar dengan para pendengarnya pun harus dijaga dengan baik agar hubungan antara mereka dengan pendengarnya tetap bisa terjaga dengan baik. Karena menurut hasil wawancara penulis dengan narasumber yang rajin mendengarkan program siaran Terbang Pagi pembawaan dan kepribadian penyiar juga menjadi faktor kesetiaan mereka mendengarkan Oz Radio Bandung 103.1 FM.
4. Menurut peneliti, penyiar harus terus berpikir kreatif agar materi-materi siaran yang mereka sajikan tidak membosankan bagi para pendengarnya karena seorang penyiar radio harus bisa membuat sesuatu yang unik agar masyarakat bisa tetap setia mendengarkan mereka siaran. Dengan kata lain penyiar juga harus dapat menciptakan materi sendiri diluar dari materi yang sudah disiapkan oleh produser program siaran.

5. Dalam kegiatan penyeleksian lagu oleh MD, penulis berpendapat sudah cukup baik karena Oz Radio Bandung 103.1 FM sudah melibatkan para pendengarnya untuk menentukan *playlist* di setiap program siarannya. Hal ini dinilai baik mengingat dengan begitu pendengar pun merasa keberadaannya dibutuhkan.

