

Strategi Pemberitaan Dalam Program SOBER di OZ Radio Bandung

Fildan Na'afi Firdaus^{*}, Santi Indra Astuti

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

fildunnaafi@gmail.com, santi@unisba.ac.id

Abstract. Radio is a mass medium that delivers news, entertainment, education, and other content through audio. A successful radio broadcast is one that resonates with the public, offering content that appeals to a broad audience, particularly a specific target group. Radio programs, like the SOBER program on Oz Radio Bandung, attract listeners with unique content that keeps the broadcast dynamic and engaging. The goal of this study is to explore the news strategy of the SOBER program as a blend of entertainment and information, focusing on its interactive approach that sparks emotional engagement with listeners. By involving producers, assistant producers, and broadcasters, the SOBER program creates a friendly and entertaining environment through humor and current events. This qualitative study uses case study methodology, including interviews and observations, to analyze how SOBER's news strategy effectively draws in and retains listeners. With its humorous delivery and interactive segments, SOBER provides both entertainment and information, building a connection with its audience under the tagline "your friendly station."

Keywords : *Radio, Entertainment, News, Current Information Packaging Trends*

Abstrak. Radio adalah media massa yang menyampaikan berita, hiburan, edukasi, dan konten lainnya melalui audio. Siaran radio yang sukses adalah yang dapat diterima oleh publik dan menawarkan konten yang menarik bagi audiens yang luas, terutama kelompok target tertentu. Program radio, seperti program SOBER di Oz Radio Bandung, menarik pendengar dengan konten yang unik dan menjaga agar siaran tetap dinamis dan menarik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi strategi berita dari program SOBER sebagai gabungan antara hiburan dan informasi, dengan fokus pada pendekatan interaktif yang dapat membangkitkan keterlibatan emosional pendengar. Dengan melibatkan produser, asisten produser, dan penyiar, program SOBER menciptakan suasana yang ramah dan menghibur melalui humor dan topik-topik terkini. Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan studi kasus, termasuk wawancara dan observasi, untuk menganalisis bagaimana strategi berita SOBER berhasil menarik dan mempertahankan pendengar. Dengan penyampaian yang humoris dan segmen interaktif, SOBER tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga hiburan, sekaligus membangun kedekatan dengan audiens melalui tagline "your friendly station."

Kata Kunci : *Radio, Hiburan, Pemberitaan, Tren Pengemasan Informasi Terkini*

A. Pendahuluan

Perkembangan media komunikasi terus menghadirkan peluang baru, namun era digital juga membawa tantangan besar bagi media tradisional seperti radio. Kompetisi yang semakin ketat memaksa stasiun radio untuk beradaptasi dengan perubahan preferensi audiens, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mengubah cara masyarakat mengakses informasi dan hiburan. Oz Radio Bandung, melalui program unggulannya, "Sober" (Sore Bercanda), menjadi contoh bagaimana radio tetap relevan di tengah gempuran media digital (Yohanes Adven Sarbani, 2022).

Pandemi membawa dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk media penyiaran. Radio, yang sebelumnya menjadi saluran informasi utama, menghadapi tantangan dari platform streaming dan media sosial. Dalam situasi ini, perilaku pendengar berubah, mengutamakan hiburan yang ringan, cepat, dan mudah diakses. Program "Sober" hadir untuk memenuhi kebutuhan ini, memadukan informasi terkini dengan gaya penyampaian yang santai dan interaktif (Surya Ramadiansyah & Chaerowati, 2021).

Menurut penelitian, radio memiliki keunggulan dalam menciptakan kedekatan emosional dengan audiens melalui suara yang hangat dan langsung. Dalam program "Sober," strategi pemberitaan dirancang untuk membangun hubungan yang kuat dengan pendengar melalui interaksi yang melibatkan mereka secara aktif. Segmen-segmen unik seperti fakta menarik, kuis interaktif, dan permintaan lagu melalui platform digital membangun keterlibatan yang lebih dalam.

Kreativitas dalam konten juga menjadi kunci keberhasilan program ini. Tim kreatif "Sober" memilih berita yang up-to-date dan jarang diangkat media lain, memberikan audiens pengalaman mendengar yang berbeda. Dalam wawancara, Naomi Tio Bernadetta, produser "Sober," menekankan pentingnya memastikan semua konten aman dari pelanggaran nilai sosial untuk menjaga kepercayaan publik (Aghnia Nurazizah Mulyana & Endri Listiani, 2024).

Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan platform streaming lainnya telah memperluas jangkauan program. Melalui pendekatan ini, program "Sober" tidak hanya menjadi media penyiaran konvensional, tetapi juga bertransformasi menjadi ruang interaksi yang dinamis bagi pendengar muda (Noerfadjria & Yulianti, 2021).

Dalam era pasca-pandemi, adaptasi adalah kunci. Dengan strategi pemberitaan yang interaktif dan inovatif, program "Sober" menjadi bukti bahwa radio tetap relevan, tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai hiburan yang mampu menjangkau audiens modern. Ini sekaligus menjadi inspirasi bagi media lain untuk terus berinovasi dalam menghadapi tantangan era digital.

Berdasarkan fokus penelitian "Bagaimana Strategi Pemberitaan Program SOBER Di Oz Radio Bandung?" tersebut maka muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemberitaan program Sober yang unik di Oz Radio Bandung?
2. Bagaimana konsep interaksi untuk melibatkan pendengar dalam pemberitaan di program Sober Oz Radio Bandung?
3. Bagaimana proses produksi program pemberitaan Sober di Radio Oz Bandung yang melibatkan pendengar?

B. Metode

Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dalam menentukan subjek dan informan, peneliti menerapkan teknik purposive random sampling yang mana memperbolehkan peneliti memilih informan sesuai kebutuhan. Dalam penelitian ini peneliti memilih produser dan penyiar program SOBER (Sore Bercanda) OZ radio Bandung.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi Pemberitaan Program Sober Yang Unik Di Oz Radio Bandung

Oz Radio Bandung berfokus pada penyajian acara hiburan yang disertai informasi terkini dan inovatif. Program seperti SOBER menjadi ciri khas dengan menggabungkan humor dan informasi, serta menasar khalayak luas melalui komunikasi massa yang dirancang untuk menciptakan kedekatan dan keterlibatan pendengar.

Strategi pemberitaan program SOBER dimulai dengan memahami audiens dan menyesuaikan

konten sesuai kebutuhan pendengar. Proses ini melibatkan kolaborasi antara produser, asisten produser, dan penyiar untuk memastikan setiap konten relevan, aman, dan tidak menyinggung pihak manapun.

Produser bertanggung jawab atas ide utama program, sementara asisten produser menyiapkan materi, dan penyiar menjadi eksekutor. Tim menjaga profesionalisme di tengah tantangan, memastikan komunikasi terbuka, dan menciptakan suasana kerja yang positif untuk mendukung kualitas program.

Program SOBER mengedepankan humor sebagai elemen pembeda, menciptakan suasana santai, terutama di jam pulang kerja. Pendengar diperlakukan sebagai teman melalui interaksi langsung di segmen seperti "Dare or Request" dan platform media sosial, memperkuat hubungan dua arah yang akrab.

Riset menjadi kunci untuk menciptakan konten unik dan inovatif. Analisis tren siaran, baik lokal maupun internasional, membantu tim SOBER merancang segmen yang menarik dan relevan, sekaligus menjaga program tetap berbeda dari pesaing.

Evaluasi rutin setiap tiga bulan memastikan peningkatan kualitas program. Masukan pendengar, baik positif maupun negatif, dijadikan bahan perbaikan untuk mempertahankan relevansi dan kualitas konten, sekaligus memperkuat hubungan dengan audiens.

Lingkungan kerja yang mendukung menjadi fondasi keberhasilan strategi pemberitaan di Oz Radio Bandung. Melalui capacity building, bonding tim, dan pendekatan holistik, SOBER mampu menghadapi era siaran digital dengan lebih siap dan mempertahankan loyalitas pendengar melalui konten segar dan menghibur.

Konsep Interaksi Untuk Melibatkan Pendengar Dalam Pemberitaan Di Program Sober Oz Radio Bandung

Digitalisasi telah memengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor bisnis. Strategi Program SOBER di Oz Radio Bandung menjadi bukti bahwa kreativitas dan interaksi adalah kunci kesuksesan radio di era modern. Dengan humor yang diambil dari situasi sehari-hari dan gaya komunikasi yang santai, program ini berhasil menciptakan kedekatan dengan pendengar.

Setiap harinya, SOBER menyajikan segmen-segmen unik seperti Sasimo (Sana Sini Emosi) untuk meluapkan emosi, DOR (Dare or Request) dengan tantangan seru, hingga BH (Berita Harian) yang menyampaikan berita dengan pendekatan komedi. Penggunaan media sosial dan interaksi langsung melalui telepon atau platform digital semakin memperkuat hubungan dengan audiens.

SOBER tidak hanya menjadi teman perjalanan pulang kerja, tetapi juga berhasil memadukan hiburan, edukasi, dan keterlibatan emosional. Pendekatan modern ini memastikan SOBER tetap relevan dan menjadi favorit di kalangan pendengar setia Oz Radio.

Produksi Program Pemberitaan Sober Di Oz Radio Bandung Yang Melibatkan Pendengar

Saat pelaku usaha menjalankan bisnisnya tentu pelaku usaha tersebut wajib mendapatkan kostumer supaya Program SOBER di Oz Radio Bandung menjadi contoh sukses siaran radio yang memadukan hiburan dengan interaksi audiens yang kuat. Menggunakan humor sebagai inti utama, program ini merangkai komedi dari kehidupan sehari-hari, menjadikannya daya tarik utama. Kolaborasi erat antara produser, asisten produser, dan penyiar memastikan setiap segmen terencana dengan baik dan relevan bagi audiens. Produser bertanggung jawab atas ide utama, asisten produser menyiapkan materi, dan penyiar membawakan konten dengan gaya menarik, menciptakan pengalaman yang menghibur dan berkesan.

Segmen Interaktif yang Berkesan

SOBER menawarkan berbagai segmen kreatif, seperti "Sasimo" (Sana-Sini Emosi) yang mengakomodasi emosi pendengar, hingga "Dare or Request" yang menantang pendengar dengan aksi lucu. Keberadaan segmen ini memperkuat kedekatan dengan audiens, memberi ruang bagi mereka untuk terlibat langsung. Elemen humor hadir dalam berbagai format, termasuk tantangan menyanyi dengan alat-alat unik, menambah kesan ceria dan interaktif.

Dalam menghadapi tantangan era digital, SOBER memanfaatkan platform media sosial seperti Ozradio.id dan aplikasi Noice untuk menjangkau pendengar lebih luas. Tim SOBER secara rutin memproduksi konten digital, menyesuaikan materi dengan tren viral dan algoritma media sosial

yang berubah-ubah. Pendekatan ini memastikan program tetap relevan dan menarik bagi audiens.

SOBER berhasil mengemas informasi serius dalam format ringan tanpa mengurangi substansi. Segmen seperti berita harian diolah dengan pendekatan humor, kecuali untuk topik-topik sensitif seperti berita duka. Penyampaian yang menghibur membuat informasi lebih mudah diterima pendengar, menjadikan SOBER unik di antara program radio lainnya.

Tim SOBER secara rutin mengevaluasi kinerja program untuk meningkatkan kualitas. Variasi segmen setiap hari, seperti "Cemceman" dan "Cerdas Cermat," memastikan program tetap segar dan menarik. Kreativitas dalam menciptakan konten menghidupkan kembali kejayaan Oz Radio yang dikenal dengan komedi khususnya.

Melalui pendekatan humor yang relatable, SOBER membangun hubungan emosional dengan pendengarnya. Narasumber menyebut program ini memberikan hiburan dan informasi secara seimbang, menjadikannya pilihan utama setelah hari yang melelahkan. Fokus pada keterlibatan emosional dan hiburan kreatif membuat program ini menjadi tempat "nongkrong" yang menyenangkan bagi pendengar.

Kesuksesan program SOBER terletak pada sinergi tim, inovasi konten, dan adaptasi terhadap perubahan tren. Dengan pendekatan yang kreatif dan humoris, SOBER tidak hanya menghibur, tetapi juga membangun kedekatan yang mendalam antara penyiar dan audiens.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi Program SOBER: Program SOBER di Oz Radio Bandung menggabungkan humor, interaksi, dan konten relevan untuk menciptakan pengalaman mendengarkan yang menghibur sekaligus informatif. Pendekatan berbasis humor digunakan untuk menarik perhatian pendengar sambil menjaga sensitivitas sosial.
2. Pendekatan Interaktif: Dengan memanfaatkan panggilan telepon dan media sosial seperti Instagram Stories, serta segmen-segmen kreatif seperti "Sasimo" dan "DOR," program ini mendorong keterlibatan langsung dan menciptakan komunikasi akrab yang membuat pendengar merasa terhubung.
3. Kolaborasi Tim dan Inovasi: Kolaborasi antara produser, asisten produser, dan penyiar menghasilkan konten menarik yang memadukan humor dengan topik relevan. Penggunaan media sosial memperluas jangkauan program, membangun ikatan emosional dengan pendengar melalui kreativitas dan interaksi langsung.

Ucapan Terimakasih

Dengan kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua, serta seluruh sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan dan motivasi dalam proses penyelesaian penelitian ini.
2. Ibu Santi Indra Astuti, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing skripsi penulis.
3. Seluruh dosen beserta staff pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung atas semua dedikasi dalam mendidik dan memberikan bekal dengan ilmu yang berguna.

Daftar Pustaka

- Aryawan, W., Diana, M., & Sey, S. (n.d.). STRATEGI MANAJEMEN PROGRAM SIARAN RADIO DALAM MENARIK MINAT PENDENGAR STUDI DI RADIO KOMUNITAS DWIJENDRA
- Aesy, V. S., & Soedarsono, D. K. (2021). Peran Penyiar Radio Play99ers Bandung Pada Program Siaran “sarapan Pagi” Dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar Di Masa Pandemi Covid-19.
- Nur’aini, R. D. (2020). PENERAPAN METODE STUDI KASUS YIN DALAM PENELITIAN ARSITEKTUR DAN PERILAKU. *INERSIA Informasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*.
- Khomsahrial Romli, M. (n.d.). DHEWARA AHMADI AMIZUR, R. HIRU MUHAMMAD 401 *JOURNAL OF EDUCATIONAL AND CULTURAL STUDIES*.
- Kustiawan, W., Oldwin Sitorus, A., Saidah, Y., Irwanti, G., & Islam Negeri Sumatera Utara Abstract, U. (n.d.). Strategi Radio Unit Prambors Medan Dalam Mempertahankan Eksistensinya Sebagai Lembaga Penyiaran Publik.
- Aghnia Nurazizah Mulyana, & Endri Listiani. (2024). Personal Branding melalui Media Sosial TikTok. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi (JRMK)*, 4(1).
- Surya Ramadiansyah, & Chaerowati, D. L. (2021). Pemasaran Interaktif melalui Media Sosial sebagai Sarana Promosi Applecoast Clothing. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 1(1), 8–16. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v1i1.64>
- Yohanes Adven Sarbani. (2022). Integrasi Materi Literasi Digital “Tular Nalar” dalam Perkuliahan Bahasa Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 99–106. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1636>
- Nurrahman, A. A. (2024). Rancangan Sistem Rekomendasi Pemilihan Jurnal Ilmiah Nasional di Laman Sinta. *Conference on Electrical Engineering, Informatics, Industrial Technology, and Creative Media 2024*, 1304–1308. <https://conferences.itttelkom-pwt.ac.id/index.php/centive/article/view/326>

Satriani, A., Permatasari, A. N., & Firmansyah. (2022). *Jurnalis Muslim Menghadapi Pandemi Covid-19 : Sebuah Antologi*. CV. Simbiosis Rekatama Media.