

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengelolaan Platform *Podcast* OZRadio dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung dengan menggunakan metode penelitian kualitatif studi deskriptif yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1. Penyajian Tiap Episode Platform “Podcast OZRadio” dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Rado 103.1 FM Bandung** adalah pada *Podcast* OZRadio mengundang para musisi baik lokal maupun internasional lalu membagikan hasil *interview* dengan para musisi tersebut yang hadir dalam program OZCLUSIVE dengan cara mengkonversikan audio siaran ke dalam bentuk *podcast*. Namun selain itu, ada program lain yang disajikan oleh *podcast* OZRadio seperti sandiwara radio.
- 2. Positioning Platform “Podcast OZRadio” dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung** adalah dengan menawarkan *unique selling point* kepada pendengarnya yaitu *podcast interview* dengan para musisi internasional. Selain itu konten lain yang disajikan dalam *Podcast* OZRadio adalah sandiwara audio yang menampilkan sebuah drama dalam bentuk audio dan OZSPORT yang memberikan informasi seputar dunia olahraga lokal yang sejauh ini *podcast* olahraga satu-satunya

di Bandung dan di produksi oleh OZ Radio Bandung yang didistribusikan hanya di *Noice*.

### **3. Kebutuhan dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia Platform “Podcast OZRadio” dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio**

**103.1 FM Bandung** menunjukkan bahwa *podcaster* OZ Radio Bandung menjadikan gaya pembawaan sebagai daya tarik tersendiri. Dengan pembawaan yang beragam sehingga keterampilan menempatkan emosi pada saat merekam *podcast* menjadi suatu hal yang tidak semua orang bisa lakukan. OZ Radio mempunyai segmentasi pasar dengan jangkauan usia di angka 13-35 tahun yang tergolong dikalangan remaja yaitu SMA dan Mahasiswa/i dan juga dikalangan dewasa yaitu karyawan dan eksekutif. Dalam proses pembuatan *podcast*, dilakukan sesuai dengan rantai struktur organisasi mulai dari perizinan atasan hingga proses kegiatan yang dilakukan oleh bawahan. Pada saat pembuatan *podcast*, kegiatan mereka materi dilakukan diruangan yang berbeda dengan ruang siaran radio. Faktor pendukung lainnya yang menunjang keberhasilan *podcast* adalah alat yang digunakan. Alat tersebut terdiri dari *microphone*, *soundcard* dan perangkat komputer. Lalu selanjutnya adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan skill daripada orang-orang yang terlibat terutama bagian *creative producer* dan *podcaster* mereka seringkali mengadakan FGD (*Forum Group Discussion*) dan *meeting* setiap minggunya untuk dilakukannya *brainstorming* mengenai konten-konten yang ada di *Podcast* OZRadio.

**4. Distribusi Platform “Podcast OZRadio” dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung** menggunakan media *online* untuk menyebarluaskan konten-konten yang ada di *podcast* OZRadio. Media yang sangat membantu dalam hal pendistribusian ini adalah *Anchor*. Aplikasi atau media *online* ini membantu memperluas jangkauan konten *podcast* ke media *online* lainnya sehingga *podcast* dapat didengarkan tidak hanya pada satu aplikasi seperti *Spotify*, *Apple Podcast*, *Google Podcast*, *Overcast*, *Pocket Casts*, *Deezer* dan juga *Amazon podcast*. Dari semua media *online* tersebut dapat disimpulkan bahwa media yang sering digunakan oleh para pendengar *podcast* OZRadio yaitu *Spotify*. Selain itu OZ Radio juga melakukan strategi lain untuk menyebarluaskan konten *podcast* dengan membentuk organisasi yaitu OZ Cool School. Pada pelaksanaannya OZ Radio menggunakan sistem KOL (*Key Opinion Leader*) dengan memanfaatkan anggotanya sebagai objek yang bertugas menyebarkan konten *podcast* ke media social masing-masing dengan tujuan untuk *menginfluence* para pengikutnya untuk mendengarkan *Podcast* OZRadio.

**Pengelolaan Platform “Podcast OZRadio” dalam Mempertahankan Eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung** yaitu kegiatan yang dilakukan oleh divisi on air OZ Radio Bandung. Kegiatan pengelolaan *Podcast* OZRadio ini melibatkan 4 (empat) proses tahapan yaitu penyajian tiap episode, penentuan *positioning*, kebutuhan dan ketersediaan sumber daya manusia dan distribusi. Kegiatan pembuatan platform *podcast* ini telah dilakukan pada di pertengahan

tahun 2019 dan sudah memproduksi sebanyak 90 episode dengan jangkauan 130.000 (seratus tiga puluh ribu) kali pemutaran dengan 77 (tujuh puluh tujuh) pendengar disetiap episodanya dengan akumulasi 645 pendengar selama 7 (tujuh) hari di platform *Spotify*. Peneliti dapat menyampaikan bahwa proses pengelolaan platform *podcast* OZRadio dengan menerapkan 4 (empat) tahapan mulai dari penyajian tiap episode, penentuan *positioning*, merumuskan kebutuhan dan ketersediaan sumber daya manusia serta sampai pada tahap distribusi dimana termasuk kegiatan promosi didalamnya dapat menjaga dan mempertahankan eksistensi OZ Radio 103.1 FM Bandung.

## **1.2 Saran**

Sudah selayaknya bagi sebuah penelitian untuk memberikan sesuatu yang berguna terutama bagi instansi atau lembaga yang diteliti. Berikut ini saran yang peneliti berikan setelah melakukan penelitian:

### **1.2.1 Saran Bagi OZ Radio 103.1 FM Bandung**

1. OZ Radio Bandung sebaiknya memberikan kegiatan yang bersifat meningkatkan *skill* dan keterampilan kepada pihak yang terlibat seperti *workshop* dengan para *podcaster* yang rutin diadakan selama satu bulan sekali. Hal tersebut dapat meningkatkan *skill* dalam *berpodcast* karena terjadi kegiatan diskusi antar sesama profesi.
2. Sebaiknya pihak OZ Radio juga berfokus pada proses marketing konten Podcast OZRadio. Hal ini berhubungan dengan strategi yang digunakan oleh divisi marketing pihak OZ Radio 103.1 FM Bandung untuk mempromosikan podcast OZRadio.

3. Akan lebih baik jika OZ Radio kedepannya membuat konten podcast original OZ Radio yang memuat konten yang bersifat *exclusive*, dari situ dapat memberikan meningkatkan *unique selling point*.
4. OZ Radio sebaiknya menambah tenaga ahli sebagai sumber daya manusia meliputi bidang komunikasi, penyiaran, *podcast* dan *content creator*.

### **1.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat lebih baik dalam melakukan penelitian, khususnya penelitian mengenai media baru khususnya *podcast*.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperbanyak lagi bahan referensi untuk mendapatkan ilmu pengetahuan yang baru serta menambah wawasan yang lebih luas lagi bagi peneliti.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengambil topik penelitian yang spesifik sehingga materi serta referensi lebih fokus pada satu hal.

