

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan dunia teknologi informasi dan komunikasi yang terjadi begitu pesat membuat setiap individu di seluruh penjuru dunia dapat berkomunikasi dengan sangat mudah kepada individu lainnya. Tidak ada lagi jarak dan waktu yang menjadi hambatan terjadinya komunikasi. Perkembangan teknologi ini memberikan dampak yang besar terhadap alat – alat berkomunikasi yang kita kenal dengan istilah “Media”. Hal ini terjadi dikarenakan telah banyaknya pilihan jenis media sebagai alat berkomunikasi yang dapat dipilih oleh masyarakat untuk digunakan.

Media terbagi atas tiga kategori yaitu, media cetak, media elektronik, dan media *online*. Ketiga jenis media ini termasuk dalam kategori media massa. Karena pada zaman sekarang ini, komunikasi merupakan suatu hal yang tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, sehingga membuat setiap jenis media berlomba dalam memberikan terobosan – terobosan baru agar tetap bisa berguna bagi kehidupan sehari – hari manusia.

Radio merupakan salah satu bagian dari media massa. Jenis media radio sendiri termasuk dalam kategori media massa elektronik yang memiliki kemampuan untuk menjangkau khalayak pendengar dengan cakupan yang luas dalam sekali waktu. Keberadaan media elektronik mampu memberikan inovasi kepada pengguna media dalam mencari, mendapatkan, dan mengakses sebuah informasi terkait perkembangan atau suatu peristiwa yang sedang terjadi. Media elektronik hadir sebagai pelengkap dari media sebelumnya yaitu media cetak.

Akibat perkembangan teknologi inilah media – media baru bermunculan dalam kehidupan manusia. Media – media baru tersebut hadir sebagai *alternative* bagi penggunaannya dalam mengakses informasi secara lebih cepat dan mudah. Media yang berevolusi mengikuti kemajuan teknologi mempunyai alternatif lain dalam memilih media yang akan digunakan. Internet dan *Social Media* merupakan media baru yang biasa disebut sebagai media *online*.

Walaupun media *online* membuat penggunaannya lebih mudah dalam mengakses informasi, dikarenakan bisa diakses secara pribadi melalui *website* ataupun *social media*, namun media elektronik salah satunya radio, masih menjadi media pilihan yang kuat dalam memberikan informasi secara jelas dalam kehidupan manusia.

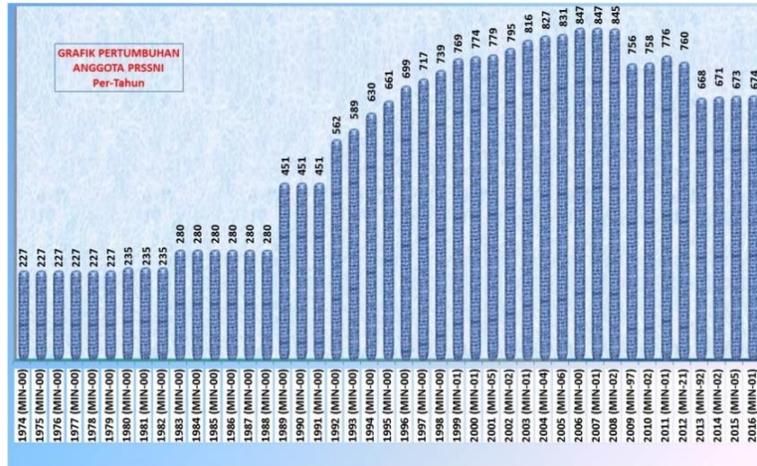
Radio bersifat auditif, sehingga khalayak hanya perlu mendengar tanpa harus melihat ataupun menggunakan seluruh fokus kemampuan panca indra untuk dapat mengkonsumsi apa yang disampaikan oleh radio. Radio juga termasuk jenis media massa yang praktis. Radio juga bisa didengar dimana saja oleh khalayak luas oleh karena itu radio juga termasuk media elektronik yang fleksibel (dalam Siregar, 2015: 6).

Radio bukanlah media massa yang hanya memberikan hiburan kepada pendengar, tetapi juga memberikan berbagai informasi yang mengedukasi serta informasi terkini baik dari dalam negeri maupun mancanegara.

Pertumbuhan media radio di Indonesia sempat mengalami penurunan diakibatkan media – media baru bermunculan. Akan tetapi, media radio dapat tetap bertahan dan tidak hilang keberadaanya.

Gambar 1.1

Grafik Pertumbuhan Radio di Indonesia



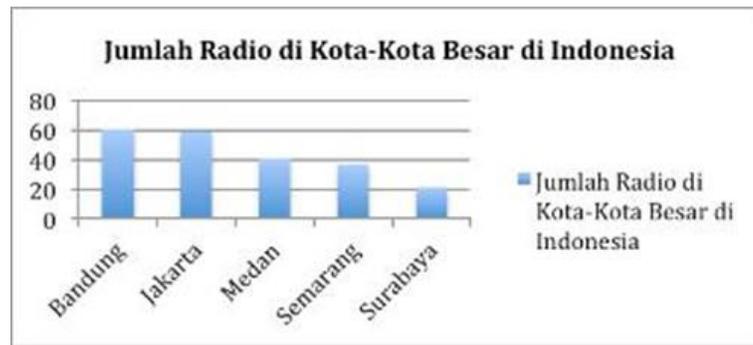
Sumber : (<http://www.radioprssi.com/prssinew/mop3.asp>, di akses pada 14 Oktober 2016, pukul 15.06).

Keberadaan media elektronik radio yang tidak hilang dengan adanya media baru dibuktikan lagi dengan jumlah perusahaan radio yang semakin banyak. Hal ini membuktikan bahwa setelah muncul nya media televisi yang dapat dinikmati secara visual, dan media online dengan segala kemudahannya tidak membuat pendengar radio berhenti mendengarkan radio dalam mencari informasi dan media hiburan. Untuk itu media radio dapat dikatakan media yang kokoh, karena tetap memiliki pendengar walaupun media baru bermunculan.

Perkembangan pesat dari media radio ini terlihat dari banyak nya perusahaan radio swasta atau lebih dikenal dengan radio komersial di lima kota besar yang ada di Indonesia. Pada tahun 2015 jumlah perusahaan radio komersial yang terdata di kota – kota besar di Indonesia. Diantaranya, Ibukota Jakarta yang memiliki 53 perusahaan radio komersial, dilanjutkan dengan kota kembang Bandung sebanyak 57 stasiun radio komersial, Surabaya sebanyak 42 stasiun radio komersial, Makassar sebanyak 22 stasiun radio komersial, dan diikuti kota Medan sebanyak 39 stasiun radio komersial (<http://www.infonikasi.com>).

Berikut adalah grafik jumlah stasiun – stasiun radio yang ada di kota – kota besar di Indonesia:

**Gambar 1.2**  
**Jumlah Radio di Kota – Kota Besar Indonesia**



Sumber: (statistik.kominfo.go.id, di akses pada 27 Desember 2016, pukul 15.06).

Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa kota Bandung menjadi kota besar di Indonesia dengan jumlah stasiun radio komersial terbanyak, mengalahkan jumlah perusahaan radio di kota – kota besar lainnya seperti Ibu kota Jakarta, kota Surabaya, kota Makassar, dan kota Medan.

Berikut peneliti membuat daftar stasiun radio komersial yang ada di kota Bandung sesuai frekuensi:

**Tabel 1.1**  
**Radio di Kota Bandung Menurut Frekuensi**

Stasiun Radio di Kota Bandung	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 87,7 FM - Hard Rock FM</li> <li>2. 88,1 FM - Radio Sonata</li> <li>3. 88,5 FM - Radio Mora</li> <li>4. 88,9 FM - Auto Radio</li> <li>5. 89,3 FM - Radio El Shinta</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>33. 100,7 FM - GRG Radio</li> <li>34. 101,1 FM - Radio MGT</li> <li>35. 101,3 FM - Monalisa FM</li> <li>36. 101,5 FM - Dahlia</li> </ol>

6. 89,7 FM - Global FM	37. 101,9 FM - Cosmo
7. 90,1 FM - Radio Zora FM	38. 102,3 FM - Rase FM
8. 90,5 FM - Radio SKY	39. 102,7 FM - MQ FM
9. 90,9 FM - Radio Lita FM	40. 103,1 FM - Oz Radio
10. 91,3 FM - Sindo Radio FM	41. 103,5 FM - Chevy
11. 91,7 FM - Radio CBL FM	42. 103,9 FM - Hits Radio
12. 92,1 FM - Bandung Suara Indah FM	43. 104,3 FM - U-FM
13. 92,5 FM - Maestro FM	44. 104,7 FM - Radio Rama
14. 92,9 FM - R FM	45. 105,1 FM - I Radio Bandung
15. 93,3 FM - Radio Walagri	46. 105,5 FM - Radio Garuda
16. 93,7 FM - Radio Paramuda	47. 105,9 FM - Radio Ardan
17. 94,1 FM - Qyu Radio	48. 106,1 FM - eRKS FM
18. 94,4 FM - Delta FM	49. 106,3 FM - Urban Radio FM
19. 95,2 FM - Bandung FM	50. 106,7 FM - Radio Maraghita
20. 95,6 FM - B Radio	51. 107,1 FM - K-Lite FM
21. 96,0 FM - RRI Bandung Pro-2 FM	52. 107,2 FM - Radio Mustika
22. 96,4 FM - FeMale Radio / Bobotoh FM	53. 107,3 FM - Radio Rakita
23. 96,8 FM - Radio Kencana	54. 107,5 FM - PR FM
24. 97,2 FM - Radio Shinta Buana	55. 107,6 FM - Radio Suara Kemanusiaan
25. 97,6 FM - RRI	56. 107,8 FM - Rakita FM
26. 98,0 FM - Mayanada FM	57. 107,9 FM - Black Meok Radio
27. 98,4 FM - Prambors Radio	
28. 98,8 FM - Radio Raka FM	
29. 99,2 FM - Kids Radio	
30. 99,6 FM - Radio Dangdut Indonesia	
31. 100,0 FM - 99ers Radio	
32. 100,4 FM - KLCBS	

Sumber : (<http://www.radioprssni.com/prssnnew/mop3.asp>, di akses pada 14 Oktober 2016, pukul 18.06).

Kota Bandung yang memiliki jumlah perusahaan radio paling banyak dibandingkan kota besar lainnya di Indonesia, membuat peneliti memilih untuk menjadikan kota Bandung sebagai lokasi dari penelitian yang akan peneliti laksanakan.

Melihat begitu banyak nya perusahaan radio komersial yang ada, menuntut setiap perusahaan radio komersial dikota Bandung untuk bersaing dalam menggaet pendengar. Persaingan yang begitu terlihat antar perusahaan radio komersial adalah persaingan melalui program radio yang dimiliki. Satu sama lain saling berlomba dalam menghadirkan program – program siaran terbaiknya.

Program yang menarik dan berkualitas akan mudah untuk mendapatkan pendengar setia. Jumlah pendengar tersebut akan membuat para pengiklan yang akan memasukan iklan sehingga mendatangkan pendapatan dan keuntungan bagi stasiun radio yang berhasil dalam mengudarakan programnya (Romli, 2008 : 103).

Agar pendengar dapat tertarik dengan program yang diudarakan oleh sebuah stasiun radio, setiap program harus disusun dan dikemas sedemikian rupa sehingga khalayak dapat menikmati program yang disiarkan. Namun penyiar dari suatu program juga begitu berperan dalam menarik pendengar, karena penyiar yang membangun *chemistry* dengan pendengar saat siaran berlangsung.

Menurut Romli (2007:106) program radio terdiri dari acara pemutaran lagu (music program) obrolan bincang- bincang (talkshow) dan program berita (news program).

Program radio sangat beragam, masing – masing lengkap dengan visi, misi, target pendengar, format isi siaran, gaya siaran, bahasa siaran, serta durasi siaran. Namun keragaman program siaran membuat persaingan yang ada menjadi begitu ketat, berbagai perusahaan radio pun mencoba membuat program dengan target pendengar yang lebih spesifik, atau melakukan *branding* terhadap radio nya dengan hanya fokus kepada satu jenis program. Karena dengan memiliki program dengan target pendengar yang spesifik membuat sebuah perusahaan radio memiliki ciri khas dan mudah diingat oleh pendengar. Seperti Auto Radio

Bandung yang dikenal dengan radio yang membahas seputar dunia otomotif atau Radio Dahlia yang terkenal dengan sebutan radio dangdut.

Salah satu perusahaan radio komersial di Bandung yang memiliki program dengan target pendengar yang spesifik adalah OZ Radio Bandung. Radio komersial yang berlokasi di daerah Setrasari kota Bandung ini memiliki sebuah program yang mengangkat musik dengan aliran sebagai fokus dari program yang diudarkan.

Sebelumnya pada 1 Januari tahun 1990, sebuah perusahaan radio bernama 104,4 FM Generasi Muda Radio hadir mewarnai ragam penyiaran radio dikota Bandung. Radio ini sudah jauh lebih dulu mengangkat aliran musik *extreme* sebagai fokus program siaran. Yaitu aliran musik *Rock Station (blues, slow rock, classic rock, art/progressive rock, hard rock, heavy metal, speed metal, thrash metal hingga death metal)*. Generasi Muda Radio yang lebih dikenal dengan GMR FM, kala itu memiliki pendengar yang begitu banyak, dikarenakan musik yang diangkat sesuai dengan aliran musik yang disukai kalangan anak muda pada zaman itu (<http://addicuz.co.id>)

GMR FM juga memberdayakan komunitas musik lokal Bandung yang merupakan komunitas dengan kegemaran akan aliran musik yang diangkat oleh radio ini. Pada masa kejayaannya GMR FM begitu banyak di datangi oleh musisi – musisi lokal yang memiliki kegemaran akan aliran musik *extreme*. Bahkan GMR FM menjadi radio yang berperan sebagai salah satu faktor dibelakang nama band – band lokal yang kini sudah besar namanya. Beberapa diantaranya band Jamrud yang dulunya bernama *Jumrock* dan Pas band (<https://radiobandung.com>).

GMR FM juga menjadi radio yang berperan ketika adanya konser – konser musik *extreme* baik musisi – musisi lokal hingga musisi kelas dunia sekelas *Metallica*. Namun sayang pada tanggal 11 September 2003, GMR FM harus bubar. Dikarenakan pihak *management* ingin berganti format radio dan nama perusahaan radio yang sekarang menggunakan nama U FM dibawah naungan *Femina Group* (<http://addicuz.co.id>).

Semenjak GMR FM bubar pada tahun 2003, belum ada perusahaan radio yang berhasil mengangkat kembali musik *extreme* sebagai fokus utama program siaran. Pada tahun 2009 OZ Radio Bandung mulai mengemas program milik Eben *guitarist* dari band metal *Burzerkill* bernama *Extreme Moshpit* yang menjadikan musik beraliran *extreme* sebagai fokus program siarannya. Aliran musik *extreme* yang diangkat program ini yaitu *Metal, Heavy Metal, Punk Rock, Hard Core Grain Core*, dan *Black Metal*.

Aulia Ramadhan selaku *producer* dari program *Extreme Moshpit* mengatakan bahwa, “semenjak *Extreme Moshpit* mengudara, banyak teman – teman musisi musik metal diluar Bandung yang mulai berani untuk mengajak perusahaan radio bekerja sama untuk mengemas program dengan aliran musik *extreme* seperti *Extreme Moshpit*” (wawancara tanggal 20 Oktober 2016).

Dari pernyataan *producer Extreme Moshpit* diatas dapat dikatakan bahwa setelah keberhasilan GMR FM dalam menyiarkan program musik *extreme*, program *Extreme Moshpit* OZ Radio Bandung adalah pioneer untuk radio – radio lain yang sekarang menyiarkan program dengan mengangkat musik *extreme* sebagai tema siaran.

Untuk radio komersial di kota Bandung, beberapa perusahaan radio yang memiliki target endengar yang sama dengan OZ Radio yaitu muda, dewasa –

muda, tidak ada yang memiliki program seperti Extreme Moshpit yang mengangkat musik extreme sebagai tema program, tidak bercampur dengan aliran lain selain musik *extreme*.

Berikut di antaranya beberapa perusahaan radio komersial di kota Bandung yang memiliki target pendengar yang sama dengan OZ Radio Bandung:

**Gambar 1.3**  
**Prambors Radio Bandung**

The screenshot shows a yellow header with the text "MY FAVORITE!". Below this, there are two program listings. The first is "» DESTA & GINA IN THE MORNING" with a description: "Destaa and Gina, s'lalu menemani, kamu di pagi hari... Nahl itu adalah lirik jingle Desta & Gina in The Morning kawula muda, siaran pagi bareng Desta & Gina. Pagi kamu dijamin bakalan seru dengan kehebohan dari Desta dan Nycta... >>read more". The second is "» » SUNSET TRIP" with a description: "Kawula muda! sekarang sore hari kamu nggak akan ngebosenin deh, karena ditemenin sama SUNSET TRIP! alias Senang Senang Terus di Prambors, bareng sama Ilham dan Julio. Mereka bakal nemenin kamu saat di jalanan macet, capek pulang kerja, pulang sekolah, pulang... >>read more". There are also small images of the hosts for each program.

Sumber (<http://www.pramborsfm.com/>, diakses pada 13 Desember 2016, pukul 13.40)

**Gambar 1.4**  
**99ners Radio Bandung**

The screenshot shows a grid of program listings for 99ners Radio Bandung. The top row includes "SARAPAN PAGI" (06.00-10.00, mon-fri, with Alik & Popi), "MOVIE STATION" (TUESDAY 19.00-21.00, WITH ABE), and "GOOD AFTER NOON" (MON-WED 13.00-16.00, THU-FRI 13.00-16.00, with Rizal Fatur and Adhimaniki). The bottom row includes "kamar GABBY" (WEDNESDAY 19.00-21.00, with Gabby & Cynthia), "LET'S PLAY 99ERS" (MON-WED 19.00-21.00, with Agha Mulya and Vera Herdi), and "BUKA MATA" (THURSDAY 19.00-21.00, with Abe & Cynthia).

Sumber : (<http://play99ers.com/>, diakses pada 13 Desember 2016, pukul 13.55)

**Gambar 1.5**  
**Ardan Radio Bandung**



Sumber : (<http://www.ardanradio.com/>, diakses pada 13 Desember 2016, pukul 14.00)

**Gambar 1.6**  
**Paramuda Radio Bandung**



pukul 2.56).

Dari perusahaan – perusahaan radio diatas memiliki spesifikasi program tersendiri untuk pendengarnya, tetapi tidak ada yang mengangkat program musik *extreme* sebagai tema program yang diudarkan. Padahal kota Bandung

merupakan salah satu kota dengan penikmat musik dan memiliki jumlah komunitas musik *underground* / *extreme* terbesar di Indonesia (<https://bandunghardcore.com/>).

Perkembangan musik beraliran *extreme* seperti metal dan sejenisnya di kota Bandung salah satunya diawali dengan dibukanya sebuah studio musik bernama studio *Reverse* di daerah Sukasenang Bandung. Studio musik ini kemudian melebarkan sayapnya dengan membuka toko souvenir, yang juga menjual benda – benda seperti *CD*, kaset, *T-shirt*, dan juga poster bertemakan musik metal. Salah satu *CD* yang diperjual belikan ialah album kompilasi dari musisi – musisi musik *extreme* yang ada di Bandung. Kemudian dilanjutkan dengan radio GMR FM, perusahaan radio yang kerap memutar lagu – lagu beraliran *extreme*, bahkan demo – demo lagu musisi *underground* yang masih amatir pun kerap diputar oleh perusahaan radio ini. Sehingga banyak musisi – musisi lokal yang mulai ikut berkontribusi meramaikan dunia musik *extreme* dengan karya – karya mereka (<https://bandunghardcore.com/>).

Selain itu komunitas *underground metal* di Bandung yang bernama komunitas Ujung Berung atau lebih dikenal dengan sebutan komunitas “UBER”, yang memiliki sebuah studio musik bernama studio Palapa, merupakan komunitas yang begitu berjasa bagi musisi – musisi musik *extreme* di Bandung. Karena melalui komunitas inilah musisi – musisi besar *underground* Bandung lahir. Diantaranya band *Jasad*, *Forgotten*, *Sacrilegious*, *Sonic Torment*, *Morbus Corpse*, *Tympanic Membrane*, *Infamy*, *Burgerkill* dan sebagainya. (<https://bandunghardcore.com/>).

Bahkan kota Bandung pernah dijuluki sebagai barometer *rock underground* Indonesia, karena begitu banyak musisi *underground* lahir dan berkembang dari kota ini. Kota Bandung setiap tahunnya rutin sudah membuat event – event musik metal yang dihadiri 7.000 hingga 10.000 metalhead. Selain event

underground seperti Hullabaloo, Bandung Berisik hingga Bandung Underground. Pada tanggal 7 Februari 2016 perkumpulan komunitas musik metal Bandung telah menggelar sebuah acara musik metal terbesar di Asia. Berlokasi di lapangan tegalega Bandung dengan nama "*Hellprint United Day VI*". Kurang lebih ada 79 band metal nasional dan beberapa band metal asal negeri pamansam Amerika turut hadir dan menghibur para penggemar musik metal di acara ini (<http://acara.co.id>).

**Gambar 1.6**

***Hellprint United Day VI***



Sumber : (<http://www.musikjurnal.com>, diakses pada 28 Februari 2017, pukul 4.08)

Melalui acara ini, bisa dilihat bahwa jumlah penikmat musik dengan aliran *underground* memiliki jumlah yang begitu banyak. Namun karena aliran musik *extreme* masih kurang begitu diterima karena tidak lazim dan dianggap kental dengan unsur kekerasan, para musisi musik *extreme* harus berjuang lebih untuk dapat berkarya. Program "*Ekstreme Moshpit*" merupakan salah satu yang turut berkontribusi langsung dan membantu dalam mempublikasikan acara ini. Eben dan Gebeg selaku penyiar dari program *Extreme Moshpit* juga ikut bergabung sebagai pengisi acara dari acara *Hellprint United Day VI* ini.

Program *Extreme Moshpit* OZ Radio Bandung dapat dikatakan sebagai penerus perjuangan dari GMR FM dalam melestarikan musik *extreme / underground* di Indonesia, khusus nya di kota Bandung. Karena program ini juga memberikan kesempatan kepada para musisi – musisi lokal untuk bisa berkarya lewat program ini. Melihat aliran musik yang begitu mendominasi pada radio komersial lainnya yang sungguh berbeda, membuat *Extreme Moshpit* harus mempersiapkan startegi yang tepat untuk bisa merangkul pendengarnya.

Eben selaku penyiar dari program ini mengakan bahwa, “anak – anak yang tergabung di dalam komunitas musik metal atau *metalhead* pada umum nya bukanlah tipe orang yang suka mendengarkan siaran radio.” (wawancara tanggal 20 Oktober 2016).

Sehingga program *Extreme Moshpit* harus memiliki strategi programming yang baik untuk keberlangsungan program nya. Agar program yang akan diudarkan kepada para pendengar dapat diminati, setiap program disusun sedemikian rupa sehingga khalayak bisa menikmati program yang disiarkan. Namun tentu saja pengemasan dan peran dari penyiar menjadi faktor penunjang utama dari sebuah program sehingga bisa menarik perhatian dari para pendengar.

*Strategy programming* yang dilakukan berguna untuk menyesuaikan target pendengar dengan program. Dalam mengatur *strategy programming* pada sebuah program dapat dimulai dengan melakukan survey terhadap selera pendengar. Baik dari segi materi siaran, ataupun pengemasan program sebelum diudarkan. Minat dan kebutuhan khalayak memegang peranan penting dalam penyusunan program.

Pada dasarnya sebuah perusahaan radio yang baik adalah perusahaan radio yang mampu menghasilkan program siaran yang sesuai dengan kebutuhan

khalayak sasaran. *Strategy Programming* begitu penting untuk sebuah stasiun radio, karena pemrograman yang baik dan terencana dengan matang akan menghasilkan program siaran yang baik dan memenuhi kebutuhan dan minat khalayaknya. Berdasarkan latar belakang inilah peneliti merasa bahwa *Strategy Programming* yang dijalankan oleh OZ Radio Bandung pada program “*Extreme Moshpit*” tersebut menarik untuk diteliti.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka fokus penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini, adalah:

Bagaimana *Strategy Programming* yang dilakukan oleh OZ Radio Bandung dalam menyajikan program “*Extreme Moshpit*” kepada para pendengar.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi *programming* PT Mitragama Swara 103.1 FM OZ Radio Bandung dalam menyiarkan program musik metal “*Ekstreme Moshpit*” kepada para pendengar.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Aspek Teoritis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan acuan untuk praktisi komunikasi khususnya mereka yang lebih tertarik pada bidang *broadcasting*. Dalam pengambilan keputusan perusahaan dalam menentukan program yang ada kaitannya dengan teknik penyiaran diharapkan penelitian ini menjadi bahan masukan, serta bagi penulis bisa dapat menambah wawasan

pengetahuan dalam bidang *broadcasting* dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh program yang sesungguhnya.

#### **1.4.2 Aspek Praktis**

1. Menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam bidang radio tentang strategi pemrograman yang digunakan oleh program *Extreme Moshpit OZ* Radio Bandung.
2. Dapat bermanfaat sebagai masukan bagi para akademisi ilmu komunikasi, khususnya yang mendalami ilmu *broadcasting*.
3. Bagi Radio, sebagai sumbangan pemikiran pihak radio dalam meningkatkan kemajuan pelaksanaan strategi pemrograman.

#### **1.5 Tahapan Penelitian**

Dalam melaksanakan tahapan penelitian, peneliti membagi proses menjadi beberapa bagian tahapan yang dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih enam bulan.

Tahap – tahap penelitian yang akan dimulai dari persiapan sampai penyusunan laporan akhir adalah sebagai berikut:

- a. Tahap Pra-Lapangan
- b. Tahap Kegiatan Lapangan  
Kegiatan lapangan dimulai pada bulan September hingga Desember 2016.
- c. Tahap Pasca-lapangan  
Tahap pasca-lapangan dimulai pada bulan Desember hingga Februari 2017.

## 1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Karena bidang penelitian dapat dikaji secara luas, maka untuk menjaga konsistensi tujuan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup penelitian sebagai berikut;

Lokasi penelitian bertempat di PT Mitragama Swara OZ Radio Bandung.

Jalan Setrasari II No.14 Bandung 40152. Provinsi Jawa Barat.

**Tabel 1.3**  
**Waktu Penelitian**

No	Tahapan	Bulan																							
		Sept 2016				Okt 2016				Nov 2016				Des 2016				Jan 2017				Feb 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Persiapan penyusunan proposal skripsi BAB I sampai BAB III.																								
2.	Melakukan observasi awal dan wawancara informan.																								
3.	Pengumpulan data dari wawancara.																								
4.	Mengumpulkan data, menyusun proposal penelitian																								

