



Judul Skripsi:

**MEDIAMORFOSIS OZ RADIO JAKARTA DALAM  
MEMBANGUN BUDAYA KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL**

Tugas akhir ini diajukan memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi

Nama :Putera Aditya

NIM :1810411241



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
VETERAN JAKARTA**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Putera Aditya

NIM : 1810411241

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Januari 2024

Yang menyatakan,



(Putera Aditya)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putera Aditya  
NIM : 1810411241  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**MEDIAMORFOSIS OZ RADIO JAKARTA DALAM MEMBANGUN BUDAYA KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 18 Januari 2024

Yang menyatakan,


(Putera Aditya)

## PENGESAHAN SKRIPSI

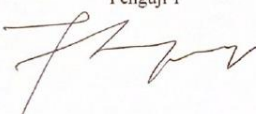
NAMA : Putera Aditya  
NIM : 1810411241  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : **MEDIAMORFOSIS OZ RADIO JAKARTA DALAM  
MEMBANGUN BUDAYA KOMUNIKASI DI ERA  
DIGITAL**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing

  
(Dr. Radita Gora Tayibnafis, S.sos, M.M.)

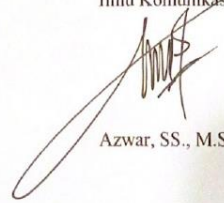
Penguji 1

  
(Maria Febiana C., S.Sos, M.Si,  
M.Sc.)

Penguji 2

  
(Ratu Laura Mulia BP., S.Psi,  
M.Sc.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 04 Januari 2024

## KATA PENGANTAR

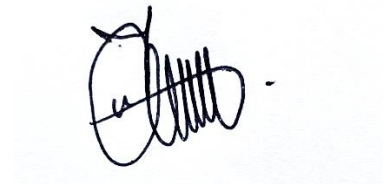
Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Sholawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, para keluarganya, sahabatnya, dan mudah-mudahan sampai kepada kita selaku umatnya yang setia sampai akhir zaman. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan penelitian dengan judul Mediamorfosis OZ Radio Jakarta Dalam Membangun Budaya Komunikasi di Era Digital dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan skripsi diajukan dalam memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi S1, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan baik secara materil maupun moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, rasa syukur yang tak terhingga dan ucapan terima kasih serta penghargaan sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si, selaku Dekan FISIP UPN Veteran Jakarta.
2. Dr. Azwar S.S., M.Si selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta.
3. Dr. Radita Gora Tayibnafis, S.sos, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membantu mengarahkan serta memberikan saran dan kritik terhadap peneliti.
4. Orang tua peneliti, yang telah mendukung selama masa penyusunan skripsi terutama secara materil serta moril.
5. Ponggawa 90,8 FM OZ Radio Jakarta yang telah terlibat dalam proses penyusunan penelitian peneliti
6. Gustiawan, Radit, Paulus, Angga, Rafly. Terima kasih telah memberikan semangat terhadap peneliti pada saat titik rendah peneliti.
7. Teman-teman dekat peneliti Rakha, Dhiaz, Marchel, Dhika, Wanda, Fabio, John, Akbar, Faris, Fian, dan Iqbal yang selalu memberikan bantuan terhadap peneliti.

8. Teman-teman semasa perkuliahan peneliti, terutama Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2018, terima kasih telah berjuang Bersama dan membantu sama lain selama peneliti menjalani masa perkuliahan.

Semoga Allah SWT memberikan pahala yang berlimpah dan balasan yang berlipat ganda atas amal baik yang dilakukan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian dan skripsi ini. Aamiin.

Jakarta, 11 Desember 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Putera Aditya', written on a light-colored background.

Putera Aditya

# **Mediamorfosis OZ Radio Jakarta Dalam Membangun Budaya Komunikasi Di Era Digital**

**Putera Aditya**

## **ABSTRAK**

Rendahnya pengguna media radio yang berada pada posisi ketiga dengan tingkat peminatan sebesar 1,7% dibandingkan dengan internet 55,3% sebagai media yang paling diminati mendorong transformasi media radio di era digital. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui Mediamorfosis OZ Radio Jakarta Dalam Membangun Budaya Komunikasi Di Era Digital. Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan kualitatif metode etnometodologi. Hasil penelitian menunjukkan pertama penerapan koevolusi OZ Radio Jakarta di era digital dalam bentuk bahasa digital, kedua penerapan konvergensi OZ Radio Jakarta pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Website [www.ozradiojakarta.com](http://www.ozradiojakarta.com), dan ketiga penerapan kompleksitas pada media dalam OZ Radio perubahan peminatan budaya komunikasi. Kesimpulan penelitian berdasarkan hasil wawancara dan observasi menunjukkan OZ radio telah melakukan mediamorfosis dari radio konvensional menuju radio digital. Transformasi media yang dilakukan karena keterkaitan kompleks antara kebutuhan yang dirasakan dengan perkembangan inovasi teknologi.

**Kata kunci:** Mediamorfosis, Koevolusi, Konvergensi, Kompleksitas, Budaya Komunikasi

***Mediamorphosis of OZ Radio Jakarta in Building a Communication Culture in the Digital Era***

**Putera Aditya**

***ABSTRACT***

*The low number of users of radio media which is in third position with an interest level of 1.7% compared to the internet at 55.3% as the most popular media has encouraged the transformation of radio media in the digital era. The aim of this research is to determine the mediamorphosis of OZ Radio Jakarta in building a communication culture in the digital era. The research method used uses a qualitative ethnomethodological approach. The results of the research show firstly the application of OZ Radio Jakarta coevolution in the digital era in the form of digital language, secondly the application of OZ Radio Jakarta convergence using social media such as Instagram, TikTok, Twitter, and the website [www.ozradiojakarta.com](http://www.ozradiojakarta.com), and thirdly the application of complexity in media in OZ Radio changes in communication culture specialization. The research conclusion based on the results of interviews and observations shows that OZ radio has undergone a mediamorphosis from conventional radio to digital radio. Media transformation is carried out because of the complex relationship between felt needs and the development of technological innovation.*

***Keywords: Mediamorphosis, Coevolution, Convergence, Complexity, Communication Culture***



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>LATAR BELAKANG.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	12
1.3    Tujuan Penelitian.....	12
1.3.1    Tujuan Praktis .....	12
1.3.2    Tujuan Teoritis .....	12
1.4    Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1    Manfaat Akademis: .....	12
1.4.2    Manfaat Praktis: .....	13
1.5    Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB II .....</b>	<b>15</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1    Konsep Penelitian.....	15
2.1.1    Media Massa .....	15
2.1.2    New Media .....	19
2.1.3    Media Siber .....	23
2.1.4    Global Village .....	25
2.1.5    Determinisme Teknologi.....	27
2.2    Landasan Teori .....	31
2.2.1    Mediamorphosis.....	31
2.3    Kerangka Pemikiran .....	42
<b>BAB III.....</b>	<b>44</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>44</b>

3.1	Objek Penelitian .....	44
3.2	Jenis Penelitian .....	47
3.3	Teknik Pengumpulan.....	50
3.3.1	Wawancara.....	51
3.3.2	Observasi.....	52
3.3.3	Studi Pustaka.....	54
3.4	Sumber Data .....	54
3.4.1	Data Primer .....	55
3.4.2	Data Sekunder .....	56
3.5	Teknik Analisis Data .....	56
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	60
<b>BAB IV</b>	.....	<b>64</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>64</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan OZ Radio .....	64
4.1.1	VISI MISI RADIO OZ.....	66
4.1.2	PROFIL INFORMASI.....	66
4.1.3	Struktur Organisasi OZ Radio .....	67
4.1.4	Jadwal Siaran dan Program Siaran.....	68
4.2	HASIL PENELITIAN .....	71
4.2.1	Koevolusi OZ Radio Jakarta Dalam Membangun Budaya Komunikasi di Era Digital .....	71
4.2.2	Konvergensi OZ Radio Jakarta Dalam Membangun Budaya Komunikasi di Era Digital .....	82
4.2.3	Kompleksitas OZ Radio Jakarta Dalam Membangun Budaya Komunikasi di Era Digital .....	100
<b>BAB V</b>	.....	<b>106</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>106</b>
5.1	Kesimpulan.....	106
5.2	Saran.....	107
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>111</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Pengguna Media Massa .....	2
Gambar 1.2 Survei Minat Pendengar Radio .....	3
Gambar 1.3 Survei Media radio Untuk Mencari Hiburan.....	3
Gambar 1.4 Survei Minat Pendengar Radio .....	4
Gambar 1.5 Grafik Pendengar Radio OZ Jakarta Tahun 2022 .....	5
Gambar 1.6 Grafik Pengiklan Radio OZ Jakarta Tahun 2022 .....	6
Gambar 1.7 Akun X OZ Media Indonesia .....	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	42
Gambar 3.1 Objek Penelitian .....	44
Gambar 4.1 OZ Radio Jakarta.....	64
Gambar 4.2 Strukur Perusahaan OZ Radio Jakarta.....	68
Gambar 4.3 Strukur Perusahaan OZ Radio Jakarta.....	68
Gambar 4.4 Insta stories OZ radio .....	76
Gambar 4.5 Insta stories Pengumuman Acara .....	78
Gambar 4.6 Insta Story OZ Radio Jakarta .....	80
Gambar 4.7 Gambar Picture Siaran Streaming Noice atau Webstream.....	86
Gambar 4.8 TikTok OZ Radio Jakarta.....	87
Gambar 4.9 X OZ Radio Jakarta.....	88
Gambar 4.10 Instagram OZ Radio Jakarta.....	90
Gambar 4.11 Instagram OZ Radio Jakarta Promosi Konten Radio .....	92
Gambar 4.12 Instagram Stories OZ Radio Jakarta.....	93
Gambar 4.13 Instagram OZ Radio Jakarta Interaksi dengan Pendengar .....	94
Gambar 4.14 Instagram OZ Radio Jakarta Promosi Acara Khusus .....	96
Gambar 4. 15 Instagram OZ Radio Jakarta Konten Visual Menarik .....	97
Gambar 4.16 Instagram OZ Radio Jakarta IGTV (Instagram TV) .....	98
Gambar 4.17 Instagram OZ Radio Jakarta Hashtag Khusus.....	99