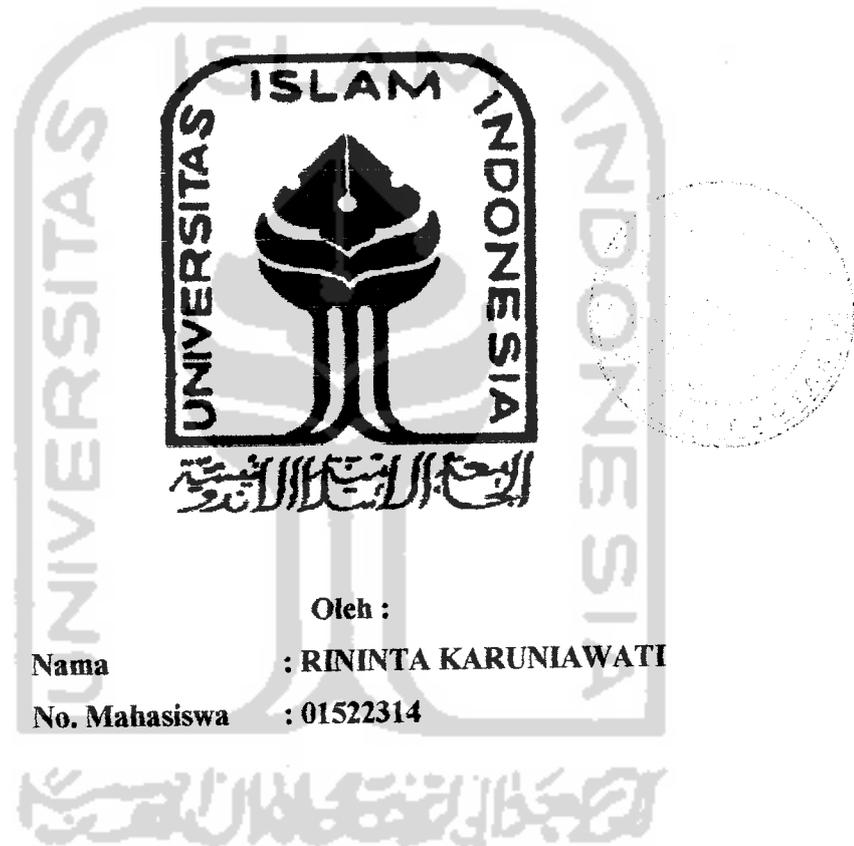


**ANALISIS DAN DESAIN PROGRAM SIARAN RADIO BERDASARKAN
PREFERENSI PENDENGAR TERHADAP ATRIBUT PROGRAM
(Studi Kasus di Radio Swaragama 101,7 FM Yogyakarta)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana S1
Jurusan Teknik Industri**



Oleh :
Nama : RININTA KARUNIAWATI
No. Mahasiswa : 01522314

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2007

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**ANALISIS DAN DESAIN PROGRAM SIARAN RADIO BERDASARKAN
PREFERENSI PENDENGAR TERHADAP ATRIBUT PROGRAM
(Studi Kasus di Radio Swaragama 101,7 FM Yogyakarta)**

TUGAS AKHIR

Oleh :
Nama : RININTA KARUNIAWATI
No. Mahasiswa : 01522314

Yogyakarta, 14 Maret 2007

Dosen Pembimbing



Drs. R. Abdul Djalal, MM.

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**ANALISIS DAN DESAIN PROGRAM SIARAN RADIO BERDASARKAN
PREFERENSI PENDENGAR TERHADAP ATRIBUT PROGRAM
(Studi Kasus di Radio Swaragama 101,7 FM Yogyakarta)**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Nama : RININTA KARUNIAWATI

No. Mahasiswa : 01522314

Telah dipertahankan di depan Sidang Penguji sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta, 22 Maret 2007

Tim Penguji

Drs. M. Abdul Djalal, MM.
Penguji I

Drs. M. Ibnu Mastur, MSIE.
Penguji II

Ir. Ali Parkhan, MT.
Penguji III



Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



Dr. R. Chairul Saleh, M.Sc, Ph.D.

PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya ini untuk :

Papa & Mama tercinta, Opa & Oma, Adik-adik dan Saudara-saudaraku...

Terimakasih untuk kasih sayang, doa dan dukungan yang telah diberikan.

Semoga Allah selalu memberi barakah untuk kita semua...



MOTTO

**Bila seluruh pohon yang ada di bumi ini dijadikan pena dan air samudra
dijadikan tinta ditambah tujuh samudra yang lain, ilmu Allah tidak akan
habis, Allah Mahaperkasa dan Mahabijaksana.**

(QS. Luqmaan : 27)

**Niscaya Allah akan meninggikan orang-orang beriman diantara kamu dan
orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.**

(QS. Al Mujaadilah : 11)

Menuntut ilmu adalah wajib bagi setiap muslim.

(HR. Ibnu Majah dan Ath Thabrani)

**Petiklah hikmah dari manapun engkau mendapatkannya tidak akan
membahayakanmu**

(HR. Al Hakim)



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karuniaNya, sehingga penulis dapat melaksanakan penelitian di PT. Radio Swara Gajah Mada (Swaragama FM) Yogyakarta dan dapat menyelesaikan penulisan laporan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini merupakan bagian dari kurikulum kegiatan perkuliahan di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia yang wajib ditempuh oleh setiap mahasiswanya guna memperoleh gelar Sarjana Teknik (ST).

Penulis menyadari penelitian dan penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan sukses tanpa dukungan dari pihak-pihak terkait. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Drs. R. Abdul Djalal, MM. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.
4. Bapak Mohammad Amirulah, ST. selaku Direktur PT. Radio Swara Gajah Mada (Swaragama FM).
5. Semua pihak yang telah mendukung terlaksananya penelitian Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Besar harapan penulis, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi penulis dan segenap pembaca.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Maret 2007

Penyusun

ABSTRAKSI

Dewasa ini persaingan antar stasiun radio semakin ketat, dengan bermunculannya stasiun-stasiun radio baru, terutama di Jogjakarta. Hal ini berdampak pada persaingan untuk mendapatkan pendengar lebih banyak. Jumlah pendengar adalah parameter untuk penentuan *rating* sebuah stasiun radio. Pengaruh banyaknya pendengar ini adalah pada kepercayaan klien untuk *placement* iklan pada sebuah stasiun radio, karena pendapatan utama bagi radio komersial adalah iklan. Oleh karena itu, setiap stasiun radio perlu mengetahui keinginan pendengar agar loyal dan menarik pendengar lebih banyak

Penelitian dilakukan berdasarkan teori *Customer Relationship Managemen* tentang ekspektasi pelanggan dan Analisa Keputusan tentang Proses Hirarki Analitik (PHA) untuk mengerahui preferensi pendengar terhadap atribut program. Penelitian dilakukan pada program *Morning Show* "Lepas Landas" dengan jam tayang Senin – Jumat (07.00 – 10.00 wib). Pengumpulan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 70 responden, yaitu pendengar dengan usia 18 – 30 tahun baik laki-laki maupun perempuan di Yogyakarta. Untuk menjaga konsistensi jawaban responden dilakukan pengujian rasio konsistensi pada keseluruhan responden. Analisis selanjutnya adalah perhitungan bobot prioritas masing-masing atribut dan sub atribut. Hasil penelitian ini juga digunakan untuk usulan desain program.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa atribut yang mendapat prioritas paling tinggi pada program *Morning Show* "Lepas Landas" ini adalah Lagu dengan bobot prioritas 0.461105, prioritas kedua adalah Informasi dengan bobot prioritas 0.328455, prioritas ketiga adalah Penyiar dengan bobot prioritas 0.11754, dan prioritas terakhir adalah Interaktif dengan bobot 0.0929. Pada masing-masing sub atribut prioritas dari yang tertinggi ke terendah secara berurutan sebagai berikut: Sub atribut lagu: manca *hits & new entry*, indonesia *hits & new entry*, manca *after hits* dan indonesia *after hits*; Sub atribut informasi: *life style*, info ringan inspiratif & *fun, news, showbiz* dan IPTEK; Sub atribut penyiar: *fun & smart, fun & funky* dan *calm & wise*; Sub atribut interaktif: *joke & fun, request lagu, sharing & curhat* dan *serious opinion*.

Kata kunci : Program Radio, Preferensi Pendengar, Proses Hirarki Analitik (PHA)

3.2. Identifikasi Masalah.....	27
3.3. Pengumpulan data.....	27
3.3.1. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.3.2. Penentuan Responden.....	28
3.4. Pengolahan Data.....	29
3.5. Pembahasan.....	30
3.6. Kesimpulan dan Saran.....	30
3.7. Kerangka Penelitian.....	31

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1. Pengumpulan Data.....	32
4.1.1. Studi Pendahuluan.....	32
4.1.2. Penyusunan Struktur Hirarki.....	33
4.1.3. Penjelasan Atribut dalam Struktur Hirarki.....	33
4.1.4. Format Awal Program <i>Morning Show</i> “Lepas Landas”.....	37
4.2. Pengolahan Data.....	39
4.2.1. Perhitungan <i>Geometric Mean</i>	39
4.2.2. Pengujian Konsistensi Responden.....	40
4.2.3. Perhitungan Bobot Prioritas.....	41

BAB V PEMBAHASAN

5.1. Pengumpulan Data.....	45
5.2. Analisis Hasil Pengolahan Data.....	49
5.2.1. Analisis Hasil Pengolahan Data Atribut Utama.....	49
5.2.2. Analisis Hasil Pengolahan Data Sub Atribut.....	53
5.3. Usulan Desain Program <i>Morning Show</i> Berdasarkan Hasil Penelitian.....	59

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	63
6.2. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

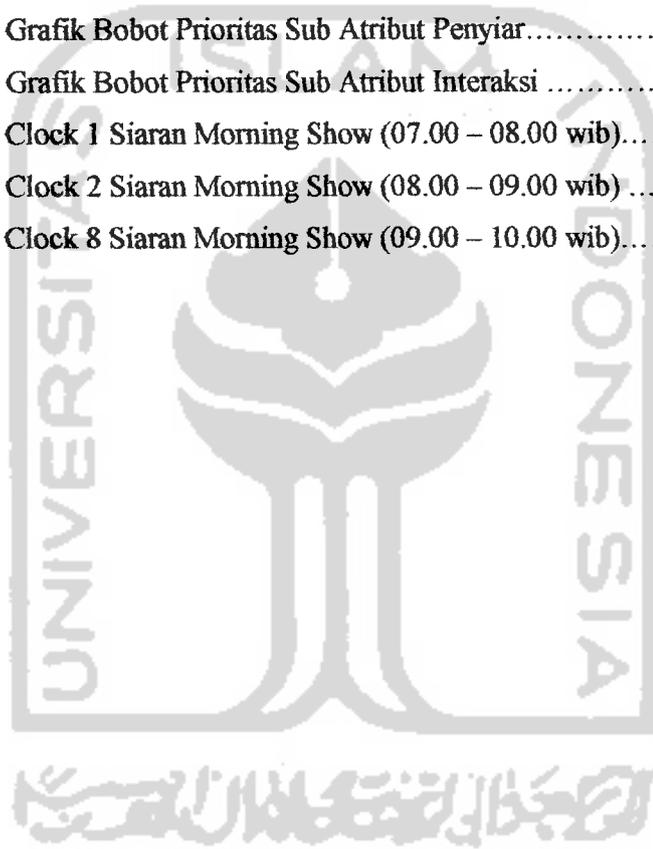
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Matriks Penentuan Prioritas	23
Tabel 2.2. Skala penilaian relative	23
Tabel 2.3. Tabel Random Index	25
Tabel 4.1. Matriks Nilai Perbandingan berpasangan.....	40
Tabel 4.2. Normalisasi dan Pembobotan	40
Tabel 4.3. Matrik Nilai Perbandingan Berpasangan.....	42
Tabel 4.4. Normalisasi dan Pembobotan.....	42
Tabel 4.5. Bobot Prioritas Atribut	43
Tabel 4.6. Bobot Prioritas Sub Atribut Lagu.....	43
Tabel 4.7. Bobot Prioritas Sub Atribut Informasi	43
Tabel 4.8. Bobot Prioritas Sub Atribut Penyiar.....	44
Tabel 4.9. Bobot Prioritas Sub Atribut Interaktif.....	44
Tabel 5.1. Bobot Prioritas Atribut	50
Tabel 5.2. Bobot Prioritas Sub Atribut Lagu.....	53
Tabel 5.3. Bobot Prioritas Sub Atribut Informasi.....	54
Tabel 5.4. Bobot Prioritas Sub Atribut Penyiar.....	56
Tabel 5.5. Bobot Prioritas Sub Atribut Interaktif	58
Tabel 5.6. Persentase Bobot Prioritas Lagu	60
Tabel 5.7. Persentase Bobot Prioritas Informasi.....	60
Tabel 5.8. Persentase Bobot Prioritas Interaktif	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan	14
Gambar 2.2. Mekanisme untuk Memahami Ekspektasi Pelanggan.....	15
Gambar 2.3. Struktur Masalah dalam PHA	21
Gambar 4.1. Struktur Hirarki Preferensi Ekspektasi Pendengar terhadap Program <i>Morning Show</i>	33
Gambar 5.1. Grafik Bobot Prioritas Atribut	50
Gambar 5.2. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Lagu	53
Gambar 5.3. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Informasi	55
Gambar 5.4. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Penyiar.....	57
Gambar 5.5. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Interaksi	58
Gambar 5.6. Clock 1 Siaran Morning Show (07.00 – 08.00 wib).....	61
Gambar 5.7. Clock 2 Siaran Morning Show (08.00 – 09.00 wib)	62
Gambar 5.8. Clock 8 Siaran Morning Show (09.00 – 10.00 wib).....	62



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah.....	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	4
1.6. Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Radio.....	7
2.2. Mekanisme untuk Memahami Pelanggan.....	11
2.3. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	13
2.4. Mekanisme untuk Memahami Ekspektasi Pelanggan.....	14
2.5. Proses Hirarki Analitik.....	17
2.5.1. Kelemahan dan Keuntungan Metode PHA.....	19
2.5.2. Tiga Prinsip Pokok Penyusunan PHA.....	20
2.5.3. Penilaian Perbandingan Multipartisipan.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Studi Pendahuluan.....	27

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri jasa bidang hiburan telah berkembang pesat di Indonesia. Pada masa sekarang sarana hiburan tak terhitung lagi jumlahnya. Hal ini menyebabkan kompetisi antara produk semakin tinggi, terutama untuk produk-produk sejenis, yaitu yang memiliki fungsi yang sama. Permasalahan utama yang selalu dihadapi adalah bagaimana menarik konsumen sebanyak-banyaknya agar mau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Salah satu hiburan yang dikenal oleh masyarakat dan juga semakin berkembang adalah radio. Siaran radio merupakan makanan telinga untuk didengarkan. Tidak diperlukan perjuangan khusus untuk mendengarkan radio atau dapat dikatakan *ease of access* (Eastman, et. al., 1985). Pendengar dapat mendengarkan radio dengan lebih santai dan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja.

Dewasa ini persaingan antar stasiun radio semakin ketat, dengan munculnya stasiun-stasiun radio baru yang berdampak pada persaingan untuk mendapatkan pendengar yang lebih banyak. Berbagai keunggulan itu pula yang menjadikan radio pilihan utama masyarakat. Seiring dengan itu, bisnis radio pun menggeliat, terutama setelah kran frekuensi terbuka lebar. Jogja sebelumnya hanya ada 16 stasiun radio, kini jumlah itu membengkak menjadi

47, tiga kali lipat jumlah semula. (<http://kabare.jogja.com/> Senin, 11 September 2006)

Selain itu juga dampak secara tidak langsung dari media elektronik lain seperti stasion televisi, TV lokal, TV Kabel, Internet. Dampak secara tidak langsung juga muncul dari kemajuan teknologi yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan akan hiburan, seperti : MP3, MP4, Internet dan i-Pod. Dapat dikatakan juga *life style* yang terus berkembang sangat mempengaruhi perkembangan dan persaingan radio.

Jumlah pendengar adalah parameter untuk menentukan rating sebuah radio. Semakin tinggi peringkat *rating* sebuah *station* mencerminkan semakin besarnya jumlah akses *audiens* yang mampu diraih (Bittner, 1991). Hal ini akan berpengaruh pada pemasang iklan sebagai pertimbangan untuk promosi produknya, karena bagi sebuah radio siaran yang sifatnya komersial pendapatan terbesar diperoleh dari iklan.

Bagian perencanaan program menjadi salah satu bagian penting yang harus mampu berperan optimal untuk merancang program agar dapat menarik perhatian pendengar (Keith, 2000). Persaingan diantara stasiun radio semakin ketat dan pendengar juga sangat selektif untuk menentukan pilihan radio mana yang akan didengar. Karena itu pula stasiun radio harus jeli dalam membuat program yang dapat menarik pendengarnya.

Berangkat dari pemikiran masalah di atas, dalam penelitian ini penulis mengambil riset tentang harapan pendengar terhadap program. Riset ini akan diwakili dengan mengukur tingkat preferensi harapan pendengar terhadap

2. Responden adalah pendengar sesuai dengan segmentasi radio Swaragama, yaitu usia 18 – 30 tahun, laki-laki dan perempuan.
3. Program yang diteliti adalah program *Morning Show* “Lepas Landas” dengan jam tayang 07.00 – 10.00 WIB hari Senin – Jumat.
4. Metode dan alat analisis yang digunakan adalah Proses Hirarki Analitik (PHA) dengan menggunakan *software* MS. Excel..

1.4. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan dengan tujuan tertentu yang ingin dicapai. Tujuan ini menjadi alat kendali untuk menilai penelitian yang dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat preferensi pendengar terhadap atribut program.
2. Mengetahui atribut dari program yang menjadi prioritas utama pendengar untuk diperhatikan dan dikembangkan oleh perusahaan.
3. Mendesain program baru sesuai dengan harapan pendengar.

1.5. Manfaat Penelitian

Tercapainya tujuan penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Perusahaan dapat mengetahui preferensi harapan pendengar terhadap program.
2. Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk perencanaan peningkatan mutu siaran
3. Penelitian ini dapat digunakan sebagai literatur pendukung bagi penelitian selanjutnya.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan pengantar permasalahan yang dibahas, latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi teori-teori dan rumusan-rumusan yang mendasari penelitian yang akan dilakukan serta penjelasan yang berkaitan dengan usaha penggambaran masalah secara teoritis dan pemecahannya dengan metode Proses Hirarki Analitik.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang kerangka dalam pemecahan masalah dan mempelajari secara garis besar bagaimana langkah pemecahan persoalannya dengan metode yang digunakan oleh penulis.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini mengenai data-data yang didapat selama penelitian dan pengolahan data hasil penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang analisis dari pengumpulan dan pengolahan data berupa penilaian pembobotan dan pengujian konsistensi penilaian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi hasil akhir yang diperoleh dan beberapa hal penting yang perlu dikemukakan dalam penelitian serta sara-saran untuk tempat penelitian.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Radio

Radio adalah media massa elektronik yang bersifat audial. Karena sifatnya auditori (untuk didengarkan) tersebut, maka lebih mudah orang menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik. Keakraban antara komunikator dengan komunikan melalui media ini jauh lebih baik dibandingkan dengan media masa lain. Radio memperlihatkan kekuatan terbesar yang dimilikinya sebagai media jika menyangkut imajinasi. (Stokkink, 1997)

Radio sebagai salah satu bentuk dari media massa memiliki beberapa atribut yang melekat seperti yang dikemukakan Sydney W. Head, yaitu sebagai berikut (Eastman, 1985) :

1. Transmisinya mudah (*ease of delivery*)

Konsep tanpa kabel memberi cirri khas bagi radio. Krena inilah radio berbeda dengan media lain. Radio mampu menjangkau *audiens* yang luas dalam waktu bersamaan

2. Tersedia secara terus menerus (*continous availability*)

Radio dapat didengar setiap saat dan terus menerus.

3. Mudah mendapatkannya (*ease of access*)

Tidak diperlukan perjuangan tertentu untuk dapat mendengarkan radio. Audiens tidak perlu membeli tiket, berkumpul, atau melakukan persiapan khusus untuk mendengarkan radio.

4. Kemampuan untuk menghadirkan realitas (*capacity for realism*)

Media radio mampu menghadirkan liputan langsung mengenai suatu kejadian (terutama dirasakan oleh radio berformat berita).

5. Berperan dalam perubahan social (*potential for social impact*)

Radio memiliki kemampuan untuk mempengaruhi *audiens* bahkan mampu merefleksikan dan membentuk perubahan sosial.

Sebagai salah satu media elektronik yang sangat akrab dengan indera dengar masyarakat kebanyakan radio memiliki peranan sebagai berikut (Stokkink, 1997):

1. Radio sebagai sarana imajinasi

Radio adalah media yang hanya didengarkan, sehingga pendengar berusaha memvisualisasikan apa yang didengarnya.

2. Radio sebagai sarana komunikasi

Radio adalah salah satu bentuk media massa, potensinya untuk berkomunikasi sangat besar. Siaran radio berbicara langsung secara pribadi kepada pendengar. Jika program ditransmisikan secara langsung radio mempunyai keuntungan memperoleh hubungan langsung dengan seseorang dan beribu-ribu individu.

3. Radio sebagai hiburan

Radio memberi kebebasan setiap pendengarnya untuk melakukan aktivitas yang lain dalam waktu yang bersamaan, program-program lebih menjadi teman dalam suatu pekerjaan. Radio lebih bersifat

menghibur dan menstimulasi pendengarnya, memberi kesenangan, nostalgia, ketegangan atau rasa ingin tahu.

4. Radio sebagai surat kabar

Radio dapat menyajikan berita, laporan seperti surat kabar dalam bentuk siaran langsung, tanpa memerlukan pemrosesan film ataupun menunggu pencetakan.

5. Radio sebagai guru

Sebagai media pendidikan, radio mendidik lebih menggunakan konsep dan juga fakta-fakta. Dari penggambaran suatu peristiwa secara dramatis, pemikiran politik aktual, radio mampu menyajikan berbagai pokok pembicaraan yang dapat didiskusikan dengan himpunan pengetahuan yang diberikan.

Pendengar radio adalah sasaran komunikasi massa melalui media siaran radio. Menurut Onong ada beberapa sifat pendengar radio (Effendy, 1991) :

1. Heterogen

Pendengar adalah massa, sejumlah orang yang sangat banyak yang sifatnya heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat di kota, di desa, di rumah, di kantor, dan dimanapun. Selain itu setiap pendengar berbeda dalam pengalaman dan keinginan, tabiat dan kebiasaan.

2. Pribadi

Pendengar berada dalam keadaan yang heterogen, terpencar-pencar di berbagai tempat dan umumnya di rumah-rumah. Oleh karena itu pesan

akan dapat sampai apabila sifatnya pribadi sesuai dengan situasi pendengar.

3. Aktif

Apabila menjumpai sesuatu yang menarik dari sebuah siaran radio, mereka akan aktif berpikir dan aktif melakukan interpretasi atas ketertarikannya tersebut.

4. Selektif

Pendengar dapat memilih program siaran radio yang disukainya. Begitu banyak stasiun siaran radio dengan beraneka jenis pilihan program yang disajikannya yang masing-masing akan berlomba untuk memikat perhatian pendengar.

Bagi sebuah radio siaran yang sifatnya komersial, pendapatan terbesar diperoleh dari iklan. Agar pemasuka terjamin, banyak hal yang perlu diperhatikan antara lain situasi pasar, tingkat kompetisi, daya jangkau siaran dan para pemasang iklan. Pada hakekatnya apa yang dijual ke pemasang iklan oleh institusi penyiaran yang bersifat komersial adalah akses penyiaran pesan ke khalayak. Kemampuan sebuah station dalam menjangkau audiens tercermin dalam peringkat *rating* (Bittner, 1991). Semakin tinggi peringkat *rating* sebuah station mencerminkan semakin besarnya jumlah akses audiens yang mampu diraih, maka akan semakin banyak pemasang iklan yang berminat untuk membeli akses tersebut.

Untuk dapat meraih peringkat rating yang tinggi, maka antarstasiun radio berlomba-lomba menawarkan program yang diharapkan mampu menarik hati khalayak pendengar di suatu wilayah. *Programming* atau penataan acara kemudian menjadi ujung tombak tiap station karena apa yang dikonsumsi khalayak dari sebuah institusi penyiaran adalah program. Sebagai sebuah aktivitas, *programming* adalah kegiatan pada manajemen siaran dalam merencanakan program-program siaran, kemudian menyusun dan menempatkannya ke dalam jadwal penayangan dalam periode tertentu (harian, mingguan, ataupun bulanan), untuk menarik minat *audiens* yang dituju stasiun radio tersebut.

Programming merupakan strategi untuk memenangkan kompetisi. Program acara yang disajikan tidak sembarangan. Oleh karena itu diperlukan berbagai cara untuk menghasilkan program acara yang menarik dan mampu menarik banyak pendengar. Minat dan kebutuhan *audiens* memegang peranan penting dalam penyusunan program. Sebuah station harus masuk ke dalam komunitas *audiensnya* dan mengamati gaya hidupnya, karena hal-hal yang dikerjakan seseorang mempengaruhi pilihan mereka (Keith, 2000).

2.2. Mekanisme untuk Memahami Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (atau perusahaan kita) untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan oleh karena itu akan memberikan pengaruh pada *performance* perusahaan. Pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan dalam system kualitas modern (Gaspersz, 2002), yaitu :

1. Pelanggan internal (*internal customer*)

Pelanggan internal adalah orang yang berada dalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performansi pekerjaan (atau perusahaan) kita. Prinsip hubungan pemasok-pelanggan harus dipelihara dengan baik.

2. Pelanggan antara (*intermediate customer*)

Pelanggan antara adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk itu. Dalam sistem kualitas modern, pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi produk harus dipuaskan.

3. Pelanggan eksternal (*external customer*)

Pelanggan eksternal adalah pembeli atau pemakai akhir produk itu, yang sering disebut sebagai pelanggan nyata (*real customer*). Pelanggan eksternal merupakan orang yang membayar untuk menggunakan produk yang dihasilkan tersebut. Dalam sistem kualitas modern hubungan pemasok-pelanggan harus saling memuaskan.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Levitt, 1987). Setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen yang sangat tergantung dari perilaku konsumennya. Melalui pemahaman perilaku konsumen, pihak manajemen

perusahaan dapat menyusun strategi dan program yang tepat dalam rangka memanfaatkan peluang yang ada dan mengungguli para pesaingnya.

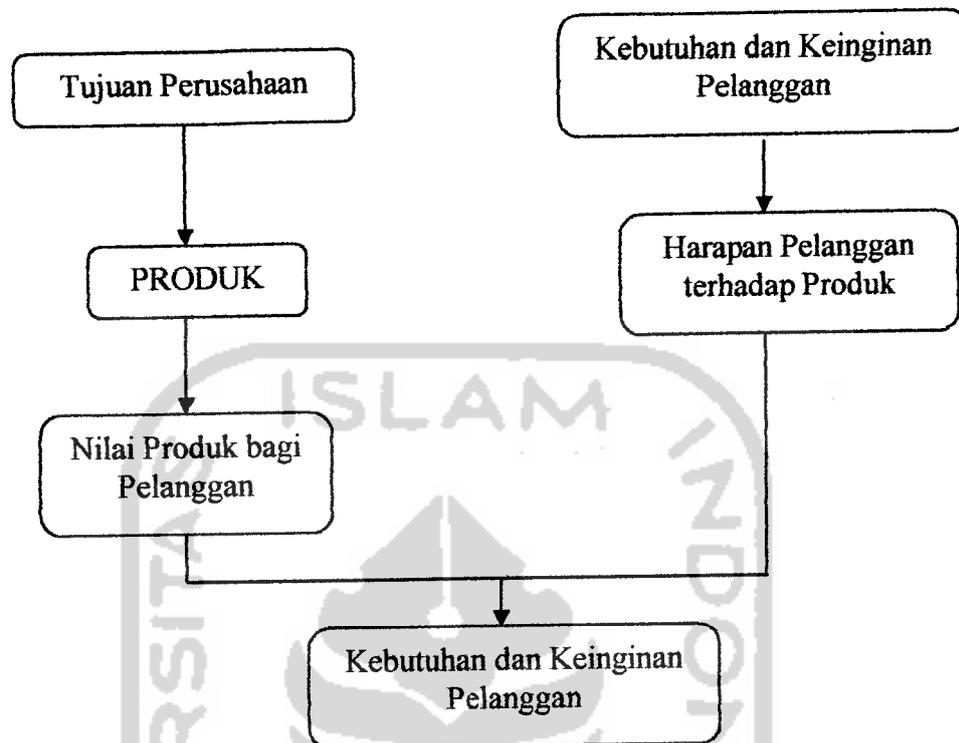
Perilaku konsumen sendiri merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut (Engel, 1990). Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel-variabel tersebut cenderung saling berinteraksi. Meskipun demikian, bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih keuntungan yang jauh lebih besar daripada para pesaingnya, karena dengan memahami perilaku konsumennya, perusahaan dapat memberikan kepuasan secara lebih baik kepada konsumennya (Kotler, 1996).

2.3. Konsep Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen dan peneliti perilaku konsumen.

Karena fokus dari kualitas adalah pada kepuasan pelanggan, perlu dipahami komponen-komponen pelanggan dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat

terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Konsep kepuasan pelanggan ini dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 2.1. Konsep Kepuasan Pelanggan

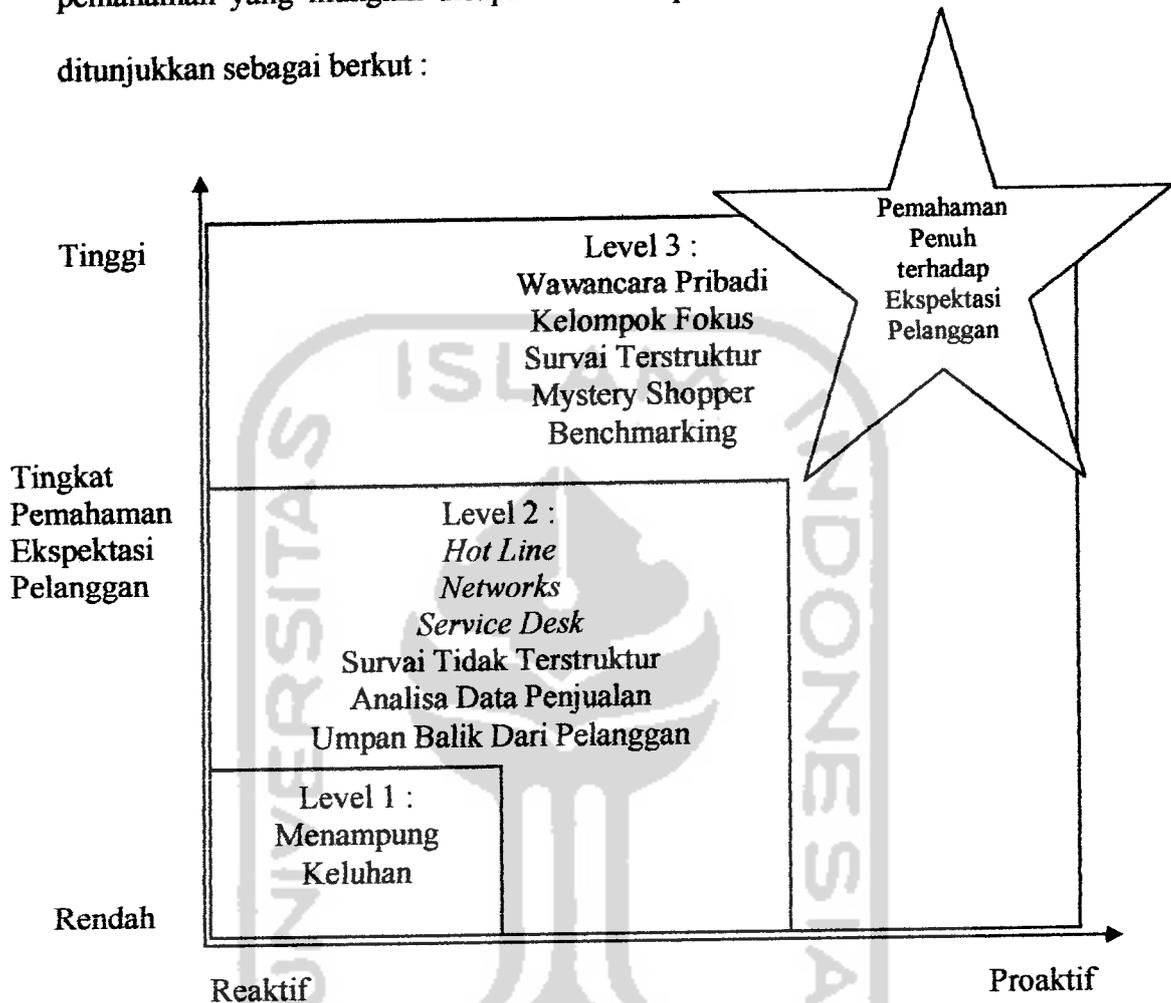
Sumber : Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran (1997), hal 25

2.4. Mekanisme untuk Memahami Ekspektasi Pelanggan

Ekspektasi atau harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan.

Mekanisme untuk memahami ekspektasi pelanggan dapat menggunakan suatu kerangka kerja berdimensi dua, dimana dimensi pertama

mengklasifikasikan pendekatan yang dilakukan oleh pemasok (*supplier*) bergerak dari mode reaktif ke proaktif, sedangkan dimensi kedua mengindikasikan tingkat pemahaman yang mungkin dicapai oleh setiap mekanisme. Kedua dimensi ini ditunjukkan sebagai berikut :



Gambar 2.2. Mekanisme untuk Memahami Ekspektasi Pelanggan
Sumber : Vincent Gaspersz, Total Quality Manajemen (2001), hal. 45

- **Pemahaman Tingkat 1**

Pemahaman tingkat 1 merupakan tingkat pemahaman terendah dari pemasok terhadap ekspektasi pelanggan yang dicirikan oleh mode reaktif. Pendekatan ini terutama hanya menampung keluhan dari pelanggan,

kemudian baru dicari penyelesaiannya. Pendekatan ini tidak efektif dalam manajemen kualitas modern yang berfokus pada pelanggan.

- **Pemahaman Tingkat 2**

Pemahaman tingkat 2 merupakan pemahaman terhadap ekspektasi pelanggan pada tingkat lebih tinggi, dan ditandai dengan pendekatan aktif dari pemasok untuk mendengarkan pelanggan. Mekanisme pada tingkat 2 ini didefinisikan sebagai pendekatan yang berkomunikasi dengan pelanggan, tetapi masih memandang ekspektasi pelanggan sebagai tujuan kedua, bukan sasaran utama yang ingin dipahami.

Tujuan utama dari pemasok untuk pendekatan ini hanya untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan atau menjual lebih banyak produk atau memperkenalkan produk baru. Meskipun pendekatan kedua ini lebih efektif daripada pendekatan pertama yang bersifat reaktif, namun kemampuan dari mekanisme level 2 untuk menjaring pandangan-pandangan pelanggan tidak optimim karena mekanisme ini didesain terutama hanya memenuhi tujuan utama untuk menjawab pertanyaan, bukan mendengar ekspektasi pelanggan. Contoh mekanisme yang masuk dalam level 2 ini adalah : *hot lines, help desks, networks, survey* tidak terstruktur, analisis data penjualan dan umpan balik dari pelanggan.

- **Pemahaman Tingkat 3**

Pemahaman tingkat 3 merupakan pemahaman terhadap ekspektasi pelanggan pada tingkat yang paling tinggi, dan ditandai dengan pendekatan

proaktif dari pemasok untuk mendengarkan ekspektasi pelanggan. Pendekatan ini akan mampu mengungkapkan ekspektasi pelanggan, karena mekanisme level 3 memang khusus didesain secara spesifik untuk menjaring informasi dari pelanggan. Mekanisme lain pada tingkat tertinggi ini adalah *mystery shopper*, dimana pihak pemasok menempatkan diri dalam posisi pelanggan yang akan menggunakan produk yang dihasilkan itu. Hal ini memungkinkan pemasok bertindak berdasarkan titik pandang pelanggan mereka.

Benchmarking dapat dikategorikan pendekatan pada level 3 yang lain, merupakan suatu pendekatan proaktif yang memungkinkan pihak manajemen perusahaan memahami bisnis yang dilakukan, pasar yang dilayani serta dapat memotivasi manajemen untuk memfokuskan perhatian pada usaha-usaha perbaikan terus-menerus (*continuous improvement*) dan mengimplementasikan manajemen perubahan.

2.5. Proses Hirarki Analitik (PHA)

Dalam pengambilan keputusan terkadang masalah yang dihadapi sangat kompleks. Kompleksitas sebuah masalah dapat dikarenakan adanya interaksi yang kuat antar elemen penyusun masalah, tetapi tidak ada cara yang pasti untuk menyelesaikan masalah. Terlebih lagi apabila berbenturan dengan kurangnya informasi dan masalah yang bersifat kualitatif.

Apabila dihadapkan dengan masalah seperti ini seorang pengambil keputusan akan berusaha untuk melakukan identifikasi dan mengambil pilihan alternatif yang mungkin untuk penyelesaian masalah tersebut. Menghadapi

masalah seperti karakteristik diatas, suatu metode dimunculkan oleh **Thomas L. Saaty**, yang bernama Metode Proses Hirarki Analitik (*The Analytical Hierarchy Process*).

Pada dasarnya metode Proses Hirarki Analitik (PHA) ini adalah memecah-mecah suatu situasi yang kompleks tak terstruktur ke dalam bagian-bagian komponen-komponennya; menata bagian atau variabel ini dalam suatu susunan hirarki; memberikan penilaian numerik pada pertimbangan subjektif tentang relatif pentingnya pada setiap variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut (Saaty, 1993).

Dalam strukturisasi masalah disarankan dengan cara *brainstorming* dengan pihak yang terkait dengan masalah tersebut. Cara strukturisasi masalah ini juga dikenal dengan "dekomposisi" tujuan menjadi elemen penyusun. Dekomposisi yang dilakukan apabila semakin lengkap maka persoalan akan lebih nyata tetapi konsekuensinya responden akan mengalami kesulitan melakukan penilaian. Untuk itu dimunculkan suatu batas nilai konsistensi untuk menilai konsistensi responden dalam memberikan jawabannya dan untuk menjamin akurasi hasil perhitungan preferensi responden dalam metode ini merupakan dasar pengambilan keputusan yang akan diambil. Responden pada dasarnya diminta untuk membandingkan secara relatif pada pasangan faktor/atribut dengan skala kepentingan yang tersedia.

2.5.1. Kelemahan dan keuntungan metode PHA

Keuntungan pemakaian PHA sebagai pengambil keputusan adalah

(Saaty, 1993) :

1. Memberikan suatu model tunggal yang mudah dimengerti, luwes untuk aneka ragam persoalan tak terstruktur.
2. Memadukan deduktif dan induktif berdasarkan system dalam memecahkan persoalan yang kompleks.
3. Dapat menangani saling ketergantungan elemen-elemen dalam suatu system dan tak memaksakan pemikiran linier.
4. Mencerminkan kecendrungan alami pemikiran untuk memilah-milah elemen suatu sistem dalam berbagai tingkat berlainan dan mengelompokkan unsur yang serupa dalam setiap tingkat.
5. Memberi suatu skala untuk mengukur hal-hal dan wujud suatu metode untuk menetapkan prioritas.
6. Melacak konsistensi logis dari pertimbangan-pertimbangan yang digunakan dalam menetapkan berbagai prioritas.
7. Menuntun ke suatu taksiran menyeluruh tentang kebaikan setiap alternatif.
8. Mempertimbangkan prioritas-prioritas relatif dari berbagai faktor sistem dan memungkinkan orang memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan-tujuan mereka.
9. Tidak memaksakan konsensus tetapi mensintesis suatu hasil yang representatif dari berbagai penilaian yang berbeda-beda.

10. Memungkinkan orang memperhalus definisi mereka pada suatu persoalan dan memperbaiki pertimbangan dan penegertian mereka melalui pengulangan.

Kelemahan PHA sebagai pengambil keputusan :

1. Responden yang terlibat harus memiliki pengetahuan yang cukup mengenai permasalahan maupun mengenai metode PHA itu sendiri.
2. PHA tidak dapat diterapkan pada suatu sudut pandang yang tajam di kalangan responden.

2.5.2. Prinsip Pokok Penyusunan PHA mempunyai tiga prinsip pokok (Saaty, 1993):

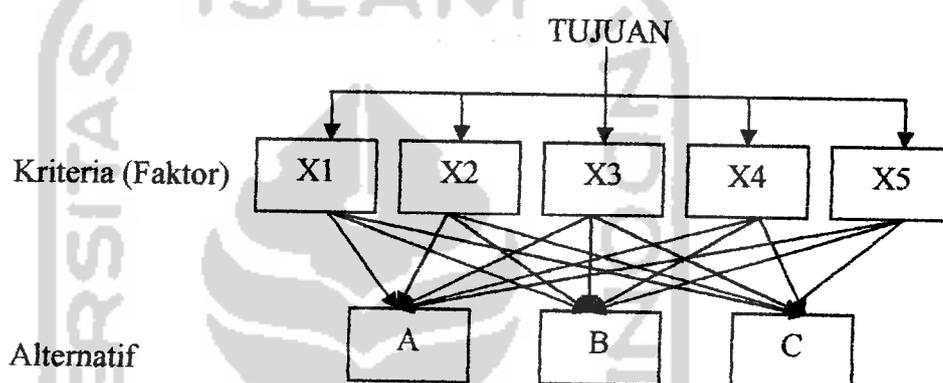
1. Penyusunan Struktur Hirarki

Penyusunan suatu hirarki permasalahan merupakan langkah pendefinisian yang rumit dan kompleks hingga menjadi jelas dan detail. Hirarki keputusan disusun berdasarkan pandangan-pandangan pihak-pihak yang memiliki keahlian dan pengetahuan di bidang yang bersangkutan. Keputusan yang diambil dijabarkan menjadi elemen yang lebih rinci shg mencapai suatu tahapan yang terukur. Hirarki permasalahan akan mudah pengambil keputusan untuk menganalisis dan menarik kesimpulan terhadap masalah tersebut. Adapun urutan dalam penyusunan struktur hirarki adalah sebagai berikut :

- a. Identifikasi elemen masalah.

- b. Pengelompokan elemen dalam kelompok yang homogen.
- c. Pengaturan kelompok dalam tingkatan yang berbeda.
- d. Tingkat atas merupakan tujuan dari kelompok di bawahnya
sebaliknya tingkat bawah merupakan uraian di atasnya.

Dalam penyusunan hirarki terkadang kita juga harus dapat memasukkan rincian yang relevan yang cukup untuk menggambarkan persoalan seseksama mungkin.



Gambar 2.3. Struktur Masalah dalam PHA
(Sumber : Saaty, 1993)

Dalam penjabaran hirarki tidak ada pedoman yang pasti sampai seberapa jauh kita dapat menjabarkan tujuan menjadi lebih rendah. Kitalah yang menentukan kapan saat kita berhenti dengan memperhatikan keuntungan dan kekurangan yang dapat diperoleh bila tujuan tersebut diperinci lebih lanjut. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam melakukan proses ini adalah (Kadarsah, et. al., 1998):

- a. Pada suatu penjabaran tujuan dalam sub tujuan, kita harus memperhatikan apakah aspek dari tujuan yang lebih tinggi tercakup dalam sub tujuan tersebut.
- b. Perlu dihindari terjadinya pembagian yang terlalu banyak, baik arah horizontal maupun vertikal.
- c. Sebelum menetapkan tujuan untuk dijabarkan atas hirarki tujuan yang lebih rendah harus ditentukan lebih dahulu apakah suatu tindakan atas hasil terbaik dapat diperoleh bila tujuan tersebut tidak dimasukkan.

2. Penentuan Prioritas

Prioritas dari elemen-elemen dapat dipandang sebagai bobot elemen tersebut terhadap tujuan pengambilan keputusan. PHA melakukan analisis prioritas elemen melalui metode perbandingan berpasangan antar dua elemen hingga seluruh elemen yang ada tercakup. Prioritas ini ditentukan berdasarkan pandangan para pakar dan pihak yang berkepentingan terhadap pengambilan keputusan baik secara langsung maupun tidak langsung. Garis besar dalam menentukan prioritas dimana besar kecilnya elemen untuk mencapai tujuan disusun berdasarkan tingkat relatif kepentingan. Untuk menentukan prioritas dalam setiap elemen PHA adalah dengan membuat sebuah perbandingan berpasangan, yaitu elemen-elemen dibandingkan berpasangan terhadap suatu kriteria yang ditentukan. Untuk pembandingan berpasangan ini dapat

dilakukan dengan membuat matriks di mana penggunaan matriks ialah sebuah alat sederhana yang biasa digunakan. Untuk menentukan prioritas maka dibuat dahulu pada penentuan puncak hirarki. Sebagai contoh: misalkan puncak hirarki adalah A, lalu tingkat di bawahnya adalah elemen yang dibandingkan seperti X_1 , X_2 , X_3 , dst.

Tabel 2.1. Matriks Penentuan Prioritas

A	X_1	X_2	X_n
X_1	w_1/w_1	w_1/w_2	w_1/w_n
X_2	w_2/w_1	w_2/w_2	w_2/w_n
.
X_n	w_n/w_1	w_n/w_2	w_n/w_n

Sumber : Saaty, 1993

Tabel 2.2. Skala penilaian relatif

Intensitas Kepentingan	Definisi Verbal	Penjelasan
1	Kedua atribut sama pentingnya	Pendapat pada sebuah atribut dibandingkan atribut yang lain adalah sama
3	Atribut yang satu sedikit lebih penting dibandingkan dengan atribut lainnya	Pendapat sedikit memihak pada sebuah atribut dibandingkan atribut lainnya
5	Atribut yang satu lebih essensial atau sangat penting dibandingkan dengan atribut yang lainnya	Pendapat secara kuat memihak pada sebuah atribut dibandingkan dengan atribut lainnya
7	Salah satu atribut menunjukkan tingkat kepentingan yang sangat kuat dibandingkan dengan elemen lainnya	Sebuah atribut secara kuat penting dan ndominasinya tampak dalam praktek
9	Salah satu atribut menunjukkan tingkat	Bukti bahwa suatu atribut lebih penting dari

	kepentingan yang mutlak lebih tinggi dibandingkan atribut yang lainnya	pada atribut lainnya adalah sangat jelas
2,4,6,8	Nilai tengah diantara dua pendapat yang berdampingan	Nilai-nilai diberikan bila diperlukan suatu kompromi
Kebalikan dari nilai diatas	Bila atribut I mendapat salah satu nilai diatas bila dibandingkan dengan atribut j, maka elemen j mempunyai nilai kebalikannya bila disbanding dengan atribut i	

Sumber : Saaty, 1993

Keterangan : kata "penting" dapat diganti dengan kata disukai atau mirip tergantung dari konteks masalah yang dihadapi

3. Konsistensi Logis

Konsistensi jawaban para responden dalam menentukan prioritas elemen merupakan prinsip pokok yang akan menentukan validitas data dan hasil pengambilan keputusan. Secara umum responden harus memiliki konsistensi dalam melakukan perbandingan elemen. Jika $A > B$ dan $B > C$, maka secara logis responden harus menyatakan bahwa $A > C$, berdasarkan nilai-nilai numerik yang disediakan oleh Saaty. Nilai kekonsistenan yang ada ialah jika $CR > 0,1$ maka data dinilai tidak konsisten. Dalam pelaksanaannya penentuan konsistensi logis diharuskan membuat matrik baru dengan mengalikan matrik awal dengan *Eugene Vector* dimana dari matrik tersebut didapatkan nilai konsistensi indeks dimana dirumuskan sebagai berikut (Saaty, 1993):

$$CI = \frac{(\sigma - N)}{(N - 1)} \quad \text{rumus 2.1.}$$

Dimana CI : *Consistency Index*
 N : *Ordo matrik*
 σ : *Max Eugene Value*

Setelah didapat maka nilai CR akan didapat dengan rumus :

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad \text{rumus 2.2.}$$

Dimana CR : *Consistency Ratio*
 RI : *Random Index*

Nilai Random Index dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.3. Tabel Random Index

Ordo Matriks	Random Indeks
1	0
2	0
3	0.56
4	0.9
5	1.12
6	1.24
dst	dst

Sumber : Mulyono, 1996

2.5.3 Penilaian Perbandingan Multipartisipan

Dalam penggunaan metode PHA dimungkinkan untuk diperoleh penilaian yang didasarkan pada penilaian dengan menggunakan kuesioner. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Jika suatu kelompok ikut berpartisipasi dalam proses penilaian, seluruh anggota kebutuhan tersebut sedapat mungkin diusahakan untuk dapat mencapai konsensus dalam penilaiannya

2. Dilakukan perhitungan *geometric mean*, karena ciri *reciprocity* dari matrik yang digunakan dalam proses analisis hirarki ini harus dipertahankan
3. *Geometric mean* ini dapat digunakan untuk menghitung rata-rata penilaian perbandingan pasangan dengan tetap mempertahankan ciri *reciprocity* dari matrik tadi.

Teori *geometric mean* menyatakan jika terdapat n partisipan yang melakukan perbandingan berpasangan, maka akan terdapat jawaban untuk setiap pasangan. Untuk mendapatkan suatu nilai tertentu dari semua nilai tersebut, masing-masing nilai harus dikalikan satu sama lain, kemudian hasil perkalian dipangkatkan $1/n$. Adapun rumus dari *geometric mean* tersebut adalah (Saaty, 1993).

$$GM = (X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot \dots \cdot X_n)^{1/n} \quad \text{rumus 2.3.}$$

Dimana GM : *Geometric Mean*

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$: bobot penilaian perbandingan berpasangan responden ke 1,2,3,..., n (nilai antara 1 sampai dengan 9)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Studi Pendahuluan

Dalam studi pendahuluan penulis melakukan observasi di tempat penelitian (Radio Swaragama FM). Penulis mengamati pembuatan program dan produksi dari sebuah stasiun radio. Selain melakukan observasi secara langsung penulis juga melakukan tinjauan pustaka, membaca literatur dan mencari data-data yang mendukung penelitian ini. Selanjutnya penulis melakukan penelitian pendahuluan untuk melengkapi variabel-variabel yang merupakan ekspektasi pendengar terhadap program. Penelitian pendahuluan ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 50 responden.

3.2. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan observasi pada tempat penelitian dan didukung dengan hasil studi pendahuluan, kemudian dilanjutkan dengan identifikasi permasalahan. Identifikasi masalah ini dilakukan dengan penyusunan struktur hirarki yang dibuat berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan dan observasi

3.3. Pengumpulan Data

3.3.1. Teknik Pengumpulan Data

Data-data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara :

1. Observasi

Observasi adalah memperoleh data dengan cara melakukan pengamatan pada objek penelitian untuk mendapatkan gambaran yang nyata dari masalah yang diamati. Observasi dilakukan di PT. Radio Swara Gajah Mada (Swaragama 101,7 FM) Yogyakarta.

2. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dimaksudkan untuk mengetahui ekspektasi pendengar terhadap program. Kuesioner dibagikan secara langsung kepada responden yaitu pendengar sesuai dengan segmentasi Radio Swaragama FM dengan usia 18 – 30 Tahun di Yogyakarta.

3.3.2. Penentuan Responden

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pendengar Radio Swaragama di Yogyakarta dengan segmentasi usia 18 – 30 tahun baik laki-laki maupun perempuan.

2. Sampel

Sampel adalah representatif dari populasi. Penarikan sampel sangat diperlukan karena keterbatasan waktu, pikiran, biaya dan fasilitas.

Dalam penentuan sampel diperlukan statistik sebagai alat yang ekonomis karena menyediakan prinsip yang digunakan untuk mengatasi masalah.

3.4. Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan *software* MS. Excel dengan prosedur pengolahan datanya sebagai berikut :

- a. Pengujian konsistensi data dilakukan dengan batasan nilai *Consistency Ratio* (CR). Nilai dari perbandingan berpasangan yang dihitung adalah dari keseluruhan responden dengan mencari *Geometric Mean*. Apabila nilai *Consistency Ratio* (CR) lebih besar dari 0,1 maka dilakukan pengambilan data ulang sampai mendapatkan data yang konsisten.

Prosedur perhitungan CR adalah sebagai berikut (Saaty, 1993):

1. Mencari nilai perbandingan berpasangan dari keseluruhan responden dengan *Geometric Mean*.
2. Membuat matrik perbandingan dari nilai *Geometric Mean* keseluruhan responden.
3. Mengalikan matrik perbandingan tersebut dengan matrik bobot prioritas.
4. Membagi semua elemen hasil dengan elemen matrik bobot prioritas (misalkan disebut matrik C)
5. Menghitung nilai *Eugene Value*, sebagai berikut :

$$ME = \frac{\sum C}{n} \quad \text{rumus 3.2.}$$

6. Menghitung *Consistency Indeks* dengan rumus 2.1.
7. Menghitung nilai *Consistency Ratio* dengan rumus 2.2.

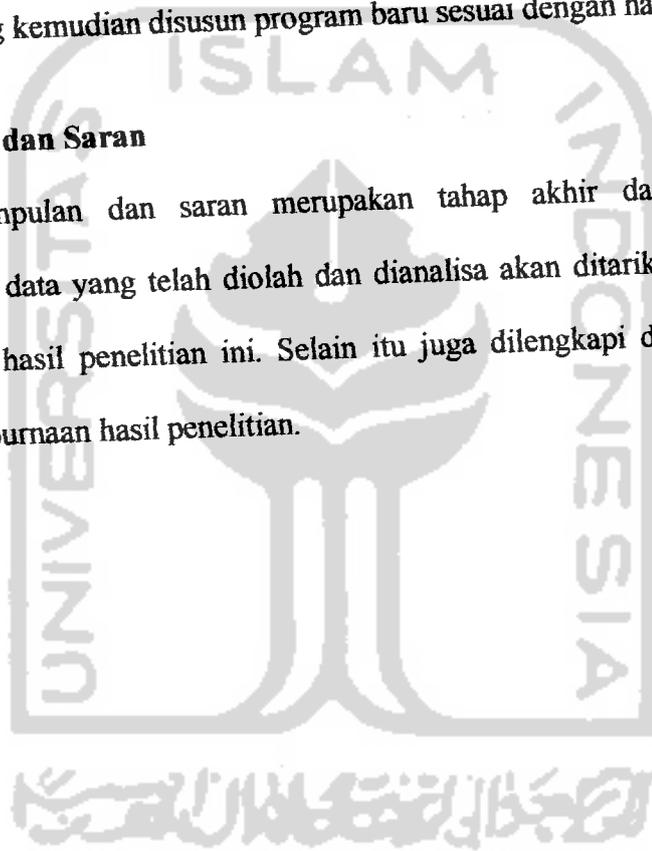
- b. Perhitungan bobot faktor dan subfaktor, untuk menentukan peringkat prioritas.

3.5. Pembahasan

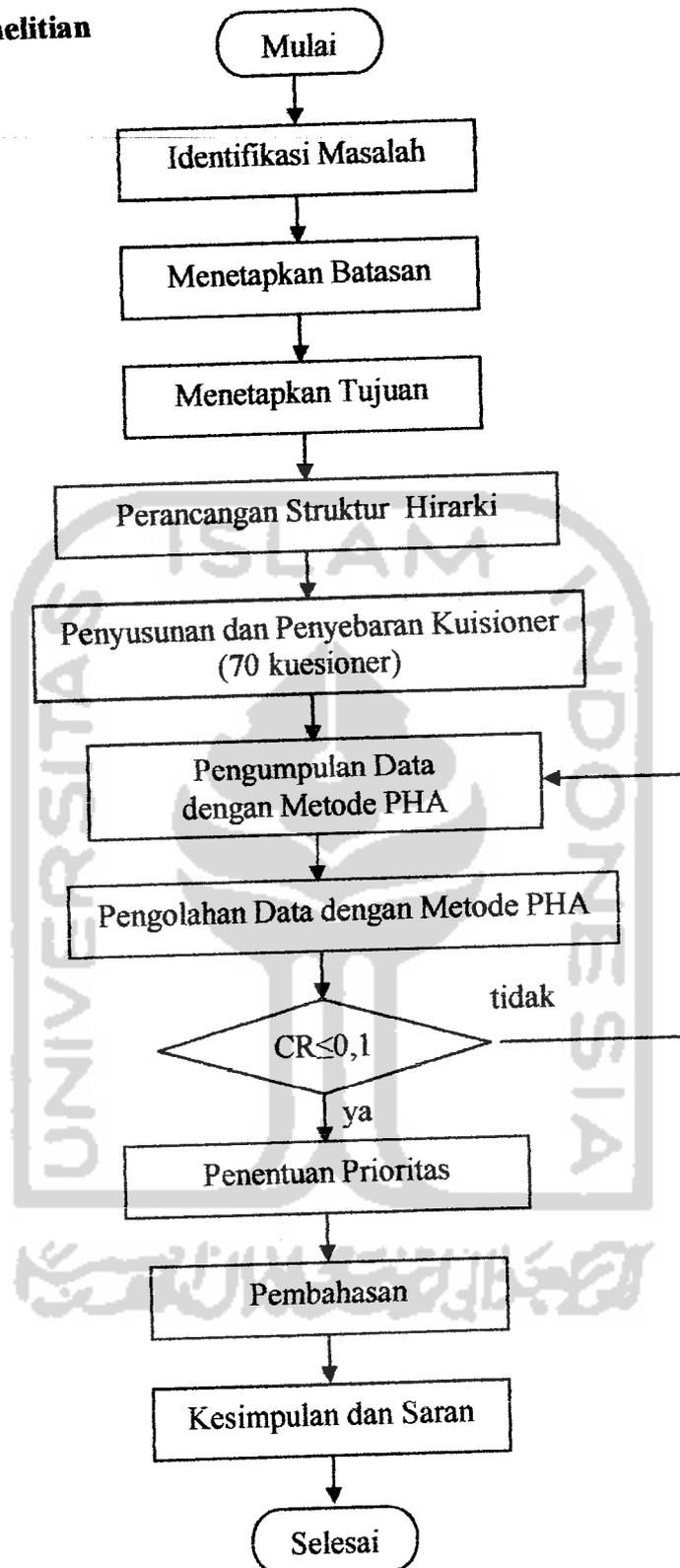
Dalam pembahasan ini data yang telah diolah dengan hasil berupa bobot prioritas faktor, subfaktor yang membentuk struktur hirarki. Dari hasil data ini kemudian dibahas untuk mengetahui preferensi ekspektasi pendengar terhadap program yang kemudian disusun program baru sesuai dengan hasil penelitian.

3.6. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran merupakan tahap akhir dari penelitian ini. Berdasarkan data yang telah diolah dan dianalisa akan ditarik kesimpulan yang merangkum hasil penelitian ini. Selain itu juga dilengkapi dengan saran-saran untuk ksempurnaan hasil penelitian.



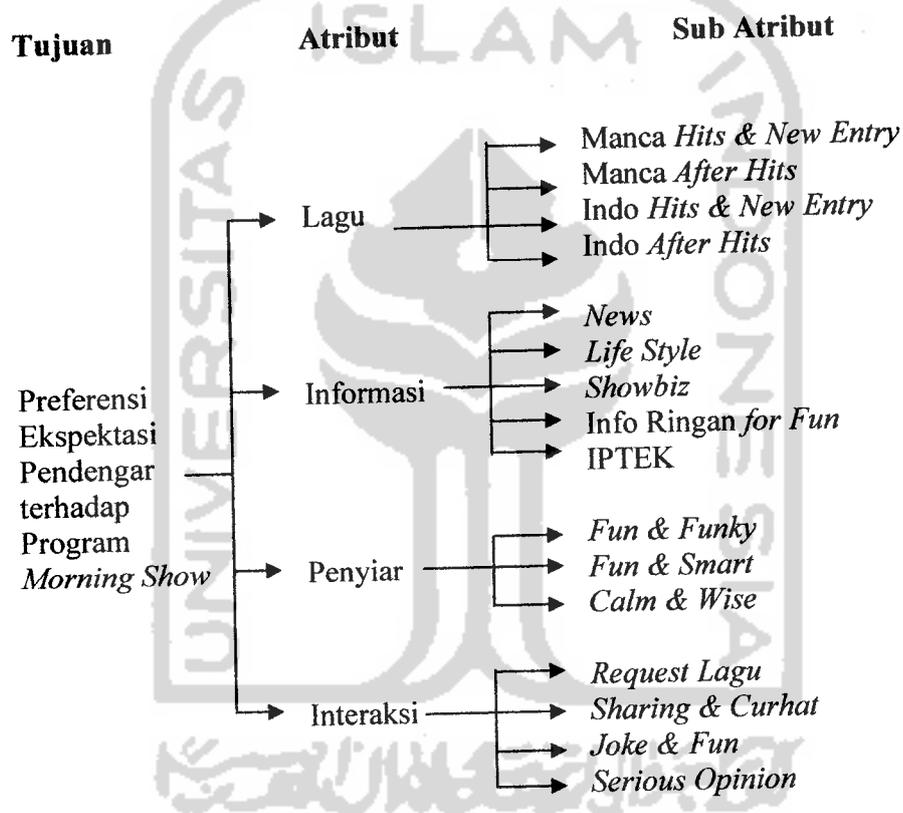
3.7. Kerangka Penelitian



Gambar 3.1. Kerangka Penelitian

4.1.2. Penyusunan Struktur Hirarki

Penyusunan struktur hirarki merupakan dasar yang sangat penting dalam perhitungan dengan metode PHA. Dari kuesioner pendahuluan didapatkan lima atribut penting yang mempengaruhi harapan pendengar terhadap program radio. Secara lengkap struktur hirarki proses dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 4.1. Struktur Hirarki Preferensi Ekspektasi Pendengar terhadap Program *Morning Show*

4.1.3. Penjelasan Atribut dalam Struktur Hirarki

Struktur hirarki ini disusun untuk mengetahui preferensi ekspektasi pendengar terhadap program *Morning Show* "Lepas Landas" di Radio

Swaragama yang ditayangkan setiap pukul 07.00 – 10.00. Program ini adalah program yang dibuat untuk menemani pendengar di pagi hari saat mereka akan memulai aktivitasnya. Segmentasi untuk program ini adalah *general*, artinya semua segmen Swaragama adalah sasarannya. Dalam penelitian ini ingin diketahui seberapa besar ekspektasi prioritas pendengar terhadap program yang diwakili dengan atribut-atribut sebagai berikut :

1. Lagu

Lagu merupakan atribut pokok dalam penyusunan sebuah program, terlepas dari program-program khusus seperti *talkshow*, kuis, ataupun program yang dirancang khusus tanpa lagu sebagai *content* dari program tersebut. Kesukaan pendengar terhadap lagu sangat beragam pada jenis-jenis lagu tertentu. Agar semuanya tertampung dalam program ini maka untuk lagu diberikan pilihan preferensi pada lama dan barunya lagu tersebut. Pilihan terhadap lagu tidak dibedakan untuk semua *genre* lagu (seperti : *genre pop, jazz, rock, hiphop, r&b*, dll), karena program *morning show* ini adalah program yang bersegmen *general*, bukan program spesial untuk satu jenis lagu tertentu dan untuk segmen tertentu. Artinya semua *genre* dapat tertampung dalam pilihan lagu di program *Morning Show* ini. Dalam penelitian ini atribut lagu dijabarkan dalam sub atribut : Manca *Hits & New Entry* (lagu barat yang sedang *hits* dan lagu-lagu baru), Manca After Hits (lagu barat lama), Indonesia *Hits & New Entry* (lagu

Indonesia yang sedang *hits* dan lagu-lagu baru) dan Indonesia *After Hits* (lagu-lagu Indonesia lama).

2. Informasi

Dalam suatu program radio pasti akan ada informasi yang diberikan kepada pendengarnya, mengingat peranan radio sebagai media informasi. Informasi yang dapat diberikan sangat beragam jenisnya. Informasi yang dapat diberikan juga menyesuaikan dari siapa yang mendengarkan program *Morning Show* ini, apa aktivitas yang sedang mereka lakukan, kesukaan mereka, ataupun kebutuhan mereka akan suatu informasi, terutama yang informasi yang mereka butuhkan di pagi hari. Dalam penelitian ini juga ingin diketahui informasi apa saja yang ingin didapat oleh pendengar di pagi hari. Oleh karena itu dalam struktur hirarki : *News* (*headline* berita terkini nasional, internasional & lokal Jogja), *Life Style* (Trend gaya hidup), *Showbiz* (informasi seputar dunia hiburan, seperti informasi film & musik), Info Ringan Inspiratif & *Fun* (info yang dikemas ringan tetapi tetap memberikan semangat dan inspirasi, seperti : cerita ringan tentang sesuatu yang menarik, tebak-tebakan, dll), IPTEK (info yang berisi tentang pengetahuan dan teknologi).

3. Penyiar

Suasana dari sebuah program juga dibangun dari karakter penyiar dalam membawakan program tersebut. Penyiar juga memberikan kontribusi tersendiri dalam pendengar menentukan pilihan mereka, akan

dibawa ke mana pendengar juga ditentukan dari penyiar. Sapaan seorang penyiar ataupun *comment* yang diberikan juga dapat mempengaruhi kesukaan seorang pendengar terhadap suatu program radio. Karakter penyiar ini juga disesuaikan dengan kapan program tersebut *running*, apakah di pagi, siang, atau malam, juga dipengaruhi dari siapa pendengarnya, sedang apa pendengar tersebut. Dalam penelitian ini atribut karakter penyiar dibagi lagi menjadi : *Fun & Funky* (*fun* dan ceria, bersemangat dalam membawakan suatu acara), *Fun & Smart* (pembawaan smart tetapi tetap *fun*, sehingga program berjalan dengan ringan, akrab & *easy listening*), *Calm & Wise* (program dibawakan dengan suasana tenang dan *wise*)

4. Interaktif

Dalam suatu program, terlebih pada saat sekarang ini tidak hanya komunikasi satu arah saja yang diberikan kepada pendengar, tetapi komunikasi dua arah juga sangat diperlukan. Hal ini mengingat kontribusi untuk pendengar aktif dan keakraban antara penyiar dengan pendengarnya. Sejauh mana keaktifan pendengar untuk merespons sebuah program, karena ada juga sebagian dari pendengar yang mereka lebih suka mendengarkan saja tanpa ikut ambil bagian untuk berinteraksi terhadap sebuah program. Untuk mengetahui hal apa yang menjadi ketertarikan pendengar untuk berinteraksi dengan penyiar, struktur atribut interaksi ini dijabarkan menjadi : *Request Lagu* (permintaan lagu), *Sharing & Curhat*

(berbagi pengalaman & curahan hati), *Joke & Fun* (interaksi ringan, tentang sesuatu yang menarik, ringan dan lucu) dan *Serious Opinion* (pendapat serius yang lumayan berat)

4.1.4. Format Awal Program *Morning Show* "Lepas Landas"

- *Title* : Lepas Landas
- *Konsep* : Reguler Show
- *Jadwal* : Monday – Friday (07.00 – 10.00)
- *Penyiar* : Double Dj
- *Atmosphere* : Fun, crazy, informative,
- *Hype* : Up beat, Medium-hard, Medium-soft, Slow
- *Lagu* : 60% Manca – 40% Indo
- *Tahun* : 2002 – recent hits
- *Content* : interactive, request, polling

Deskripsi Acara :

Lepas Landas adalah program *morning show* yang dikemas dengan *fun* dan santai, berisi opini dan *request* interaktif, berita dan informasi-informasi ringan untuk menambah wawasan. Lepas Landas ditujukan untuk menemani, mengantarkan, dan memberi semangat pendengar untuk memulai aktifitas di pagi hari.

Karakter Penyiar :

Dua orang penyiar yang kompak dengan memiliki wawasan yang luas mengenai berbagai macam hal, terutama mengenai topik-topik hangat yang sedang terjadi saat ini, gaya yang ditampilkan oleh penyiar sangat santai dan dapat memberikan informasi dengan jelas.

Features :**1. PACARAN (Pagi-pagi Baca Koran)**

Segmen berdurasi 4 menit, dengan konsep kedua penyiar ngobrol tentang *headline news* di surat kabar. Berita tidak dibacakan dengan formal, tapi disampaikan dengan gaya bahasa yang akrab, dan tetap mengutamakan esensi dan isi berita.

2. Ngobrol Pagi

Sharing opini atau pengalaman via SMS dan telepon, tentang topik-topik ringan, aktual, atau dekat dengan keseharian pendengar. Topik dapat diambil dari *current issue*, misalnya dari salah satu *headline news* surat kabar, atau seputar trend atau kebiasaan yang dimiliki oleh anak muda.

3. Info Wild Wild Word (WWW)

Segmen ini adalah 1 *cut* berdurasi 3 menit, berisi *fun facts info*, yaitu hal atau kejadian unik yang pernah terjadi di dunia dan masih belum banyak diketahui orang. *Fun facts info* ini bertujuan untuk menambah wawasan pendengar.

4. Tidur Lagi

Segmen ini memberi kesempatan kepada pendengar untuk memilih 1 diantara 2-3 lagu dengan *beat slow* atau *very slow* yang telah ditentukan. Segmen ini khusus untuk pendengar yang ingin tidur lagi karena memang tidak memiliki rencana/kegiatan apapun pagi itu, atau harus tidur setelah beraktifitas sejak malam hingga pagi harinya.

4.2. Pengolahan Data

Input data awal dari kuesioner preferensi responden membentuk matrik berpasangan. Dari matrik tersebut akan dihitung rata-ratanya dengan Geometric Mean, yang kemudian digunakan untuk menghitung konsistensi rasio dan bobot prioritas untuk masing-masing atribut dan sub atribut.

4.2.1. Perhitungan *Geometric Mean*

Untuk menghitung nilai konsistensi dan bobot prioritas diperlukan kesepakatan nilai perbandingan berpasangan dari keseluruhan responden yang didapat dengan cara menghitung *Geometric Mean* yaitu :

$$GM = (X_1 \cdot X_2 \cdot X_3 \cdot \dots \cdot X_n)^{1/n} \quad \text{rumus 2.3.}$$

Dimana

GM : *Geometric Mean*

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$: bobot penilaian perbandingan berpasangan responden ke 1,2,3,..., n (nilai antara 1 sampai dengan 9)

Contoh perhitungan :

Geometric Mean nilai perbandingan berpasangan antara atribut :

$$\text{Lagu VS Informasi} \quad GM = (7 \times 7 \times 1 \times 0,2 \times \dots \times 1)^{1/70} = 1,463175$$

$$\text{Lagu VS Penyiar} \quad GM = (5 \times 3 \times 9 \times 7 \times \dots \times 5)^{1/70} = 3,911312$$

$$\text{Lagu VS Interaktif} \quad GM = (3 \times 5 \times 7 \times 3 \times \dots \times 3)^{1/70} = 4,778276$$

Nilai *Geometric Mean* perbandingan atribut dan sub atribut selengkapnya terdapat pada lampiran.

4.2.2. Pengujian Konsistensi Responden

Contoh perhitungan *Consistency Ratio* dari keseluruhan responden, nilai perbandingan berpasangan didapatkan dari *Geometric Mean*

Tabel 4.1. Matrik Nilai Perbandingan Berpasangan

	Lagu	Informasi	Penyiar	Interaksi
Lagu	1	1.463175	3.911312	4.778276
Informasi	0.683445	1	2.803323	3.672463
Penyiar	0.255669	0.356719	1	1.266828
Interaksi	0.20928	0.272297	0.789373	1
Jumlah	2.148395	3.092191	8.504008	10.71757

Kemudian dilakukan normalisasi dan pembobotan dari nilai matrik diatas.

Tabel 4.2. Normalisasi dan Pembobotan

	Lagu	Informasi	Penyiar	Interaksi	Jumlah	Bobot
Lagu	0.465464	0.473184	0.459937	0.445836	1.844421	0.461105
Informasi	0.318119	0.323395	0.329647	0.342658	1.31382	0.328455
Penyiar	0.119005	0.115361	0.117592	0.118201	0.470159	0.11754
Interaksi	0.097413	0.08806	0.092824	0.093305	0.3716	0.0929

$$\text{Nilai Sel} = \frac{1}{2.148395} = 0.465464$$

$$\text{Jumlah Baris} = 0.465464 + 0.473184 + 0.459937 + 0.445836 = 1.844421$$

$$\text{Bobot Prioritas} = \frac{1.844421}{4} = 0.461105$$

Eugene Vector

$$= \begin{vmatrix} 1 & 1.463175 & 3.911312 & 4.778276 \\ 0.683445 & 1 & 2.803323 & 3.672463 \\ 0.255669 & 0.356719 & 1 & 1.266828 \\ 0.20928 & 0.271197 & 0.789373 & 1 \end{vmatrix} \times \begin{vmatrix} 0.461105 \\ 0.328455 \\ 0.11754 \\ 0.09929 \end{vmatrix} = \begin{vmatrix} 1.845329 \\ 1.314269 \\ 0.470285 \\ 0.37162 \end{vmatrix}$$

Eugene Value

$$= \left[\frac{\text{Eugene Vector}}{\text{Bobot Prioritas}} \right] = \left[\begin{array}{cccc} 1.845329 & 1.314269 & 0.470285 & 0.37162 \\ 0.461105 & 0.328455 & 0.11754 & 0.0929 \end{array} \right]$$

$$= [4.43651 \quad 4.162844 \quad 4.059861 \quad 4.312776]$$

Maksimum Eugene Value

$$= \frac{4.001969 + 4.001367 + 4.001072 + 4.000214}{4} = 4.001156$$

$$\text{Consistency Index (CI)} = \frac{ME - N}{N - 1} = \frac{4.001156 - 4}{4 - 1} = 0.000385$$

$$\text{Consistency Ratio (CR)} = \frac{CI}{RI} = \frac{0.000385}{0.9} = 0.000428$$

Jika $CR \geq 0.1$ maka data dianggap konsisten.

Karena nilai CR adalah $0.000428 \leq 0.1$ maka data konsisten atau dapat dipertanggungjawabkan.

Contoh perhitungan diatas adalah untuk perhitungan konsistensi matrik atribut, sedangkan perhitungan konsistensi matrik-matrik yang lain dapat dilihat di lampiran.

4.2.3. Perhitungan Bobot Prioritas

Perhitungan bobot prioritas digunakan untuk mengetahui kontribusi masing-masing atribut, Bobot prioritas menunjukkan seberapa besar peran dari masing-masing atribut, sub atribut yang berpengaruh terhadap pengambilan keputusan.

1. Bobot Prioritas Atribut

Bobot prioritas didapatkan dengan membandingkan nilai setiap sel (dari *Geometric Mean*) dengan jumlah per kolom (vertikal). Setelah itu hasilnya dikalikan dengan jumlah per baris (horizontal), dijumlahkan dan dicari rata-ratanya. Rata-rata tersebut adalah bobot prioritas terhadap masing-masing variabel tersebut. Contoh perhitungannya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3. Matrik Nilai Perbandingan Berpasangan

	Lagu	Informasi	Penyiar	Interaksi
Lagu	1	1.463175	3.911312	4.778276
Informasi	0.683445	1	2.803323	3.672463
Penyiar	0.255669	0.356719	1	1.266828
Interaksi	0.20928	0.272297	0.789373	1
Jumlah	2.148395	3.092191	8.504008	10.71757

Kemudian dilakukan normalisasi dan pembobotan dari nilai matrik diatas.

Tabel 4.4. Normalisasi dan Pembobotan

	Lagu	Informasi	Penyiar	Interaksi	Jumlah	Bobot
Lagu	0.465464	0.473184	0.459937	0.445836	1.844421	0.461105
Informasi	0.318119	0.323395	0.329647	0.342658	1.31382	0.328455
Penyiar	0.119005	0.115361	0.117592	0.118201	0.470159	0.11754
Interaksi	0.097413	0.08806	0.092824	0.093305	0.3716	0.0929

$$\text{Nilai Sel} = \frac{1}{2.148395} = 0.465464$$

$$\text{Jumlah Baris} = 0.465464 + 0.473184 + 0.459937 + 0.445836 = 1.844421$$

$$\text{Bobot Prioritas} = \frac{1.844421}{4} = 0.461105$$

Tabel 4.5. Bobot Prioritas Atribut

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
Lagu	0.461105	I
Informasi	0.328455	II
Penyiar	0.11754	III
Interaksi	0.0929	IV

2. Bobot Prioritas Sub Atribut

Bobot prioritas subatribut perhitungannya sama dengan perhitungan bobot prioritas atribut. Berikut adalah rekapitulasi hasil pembobotan untuk masing-masing subatribut :

a. Sub Atribut Lagu

Tabel 4.6. Bobot Prioritas Sub Atribut Lagu

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
MHNE	0.353079	I
MAH	0.196792	III
IHNE	0.327132	II
IAH	0.122997	IV

Keterangan :

MHNE : Manca Hits & New Entry

MAH : Manca After Hits

IHNE : Indonesia Hits & New Entry

IAH : Indonesia After Hits

b. Sub Atribut Informasi

Tabel 4.7. Bobot Prioritas Sub Atribut Informasi

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
N	0.198173	III
LS	0.294392	I
SB	0.170334	IV
IRIF	0.250931	II
IPTEK&K	0.08617	V

Keterangan :

N : News

LS : Life Style

SB : Showbiz

IRIF : Info Ringan Inspiratif & Fun

IPTEK : Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

c. Sub Atribut Penyiar

Tabel 4.8. Bobot Prioritas Sub Atribut Penyiar

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
FF	0.206941	II
FS	0.670666	I
CW	0.122393	III

Keterangan :

FF : Fun & Funky

FS : Fun & Smart

CW : Calm & Wise

d. Sub Atribut Interaktif

Tabel 4.9. Bobot Prioritas Sub Atribut Interaktif

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
R	0.336739	II
SC	0.129945	III
JF	0.441547	I
SO	0.09177	IV

Keterangan :

R : Request Lagu

SC : Sharing & Curhat

JF : Joke & Fun

SO : Serious Opinion

BAB V

PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil pengolahan data pada bab sebelumnya, maka dapat ditentukan urutan ranking prioritas pendengar pada program siaran *morning show* "Lepas Landas" seperti yang telah dijabarkan pada struktur hirarki. Pada bab ini akan dilakukan pembahasan dan analisis terhadap atribut-atribut tersebut sesuai dengan urutan rankingnya. Kemudian dari hasil data yang telah diperoleh juga akan dibuat sebuah program siaran radio yang isinya mengakomodasi dari hasil penelitian ini.

5.1. Analisis Terhadap Hirarki

Pembentukan struktur hirarki merupakan suatu struktur kerja yang sistematis dan dapat menggambarkan sistem kerja yang kompleks secara efisien. Proses pembentukan struktur hirarki merupakan salah satu hal yang penting dalam penerapan metode Proses Hirarki Analitik (PHA). Pengembangan struktur hirarki dengan baik dan lengkap maka akan semakin detail pemecahan masalah yang ada, tetapi patut diperhatikan juga apabila struktur hirarki dibuat semakin rumit maka kesulitan responden dalam mengisi kuesioner akan semakin tinggi pula.

Pada pembentukan struktur hirarki ini peneliti mengumpulkan data awal untuk menampung pendapat yang diinginkan pendengar pada sebuah program *morning show*. Selain itu juga dilakukan wawancara informal kepada *programmer*, produser, maupun penyiar untuk melengkapi data dalam menyusun struktur hirarki. Proses penetapan jumlah elemen yang digunakan

dalam pembentukan struktur hirarki tidak ada aturan yang baku, tetapi tergantung observasi, *survey* dan pengetahuan peneliti.

Dari struktur hirarki tersebut, jumlah tingkatan hirarki ada tiga tingkat atau tiga level, secara lebih rinci dijabarkan sebagai berikut :

a. Level 0 Tujuan

Tujuan merupakan sasaran yang akan dicapai, dalam penelitian ini adalah mengetahui preferensi ekspektasi pendengar terhadap program *Morning Show* "Lepas Landas".

b. Level 1 Atribut

Pada level 1 berisi atribut-atribut dari program *Morning Show* "Lepas Landas", yang merupakan atribut pokok yang mempengaruhi tercapainya tujuan. Ada empat atribut dalam level 1 ini, yaitu :

1. Lagu, merupakan atribut pokok dalam sebuah program. Apa saja lagu yang akan disajikan dalam suatu program, mengingat kesukan setiap pendengar terhadap lagu berbeda-beda. Dari sini akan ditampung tingkat preferensi pendengar terhadap lagu.
2. Informasi, merupakan jenis-jenis informasi yang disajikan dalam program *Morning Show*. Kebutuhan akan informasi ini dapat dipengaruhi dari karakteristik pendengar itu sendiri, seperti latar belakang pendidikannya, hobi, pekerjaan, gaya hidup, ataupun dapat dipengaruhi dari aktivitas yang sedang dilakukan oleh pendengar pada saat program tersebut berlangsung.

3. Penyiar, merupakan seseorang yang menjadi teman pada saat pendengar mendengarkan sebuah program radio. Pada level atribut ini akan diteliti seberapa besar preferensi pendengar terhadap penyiar, juga karakter penyiar seperti apa yang diinginkan oleh pendengar apabila mereka mendengarkan sebuah program di pagi hari.
 4. Interaktif, merupakan jembatan interaksi antara pendengar dengan penyiar. Dalam interaktif ini pendengar dapat terlibat langsung dalam sebuah program. Hal ini juga menyangkut seberapa besar keaktifan seorang pendengar dalam merespons sebuah program. Atribut interaktif ini akan dijabarkan dalam beberapa sub atribut tentang jenis-jenis interaktif ataupun tema dari interaktif tersebut.
- c. Level 2 Sub Atribut

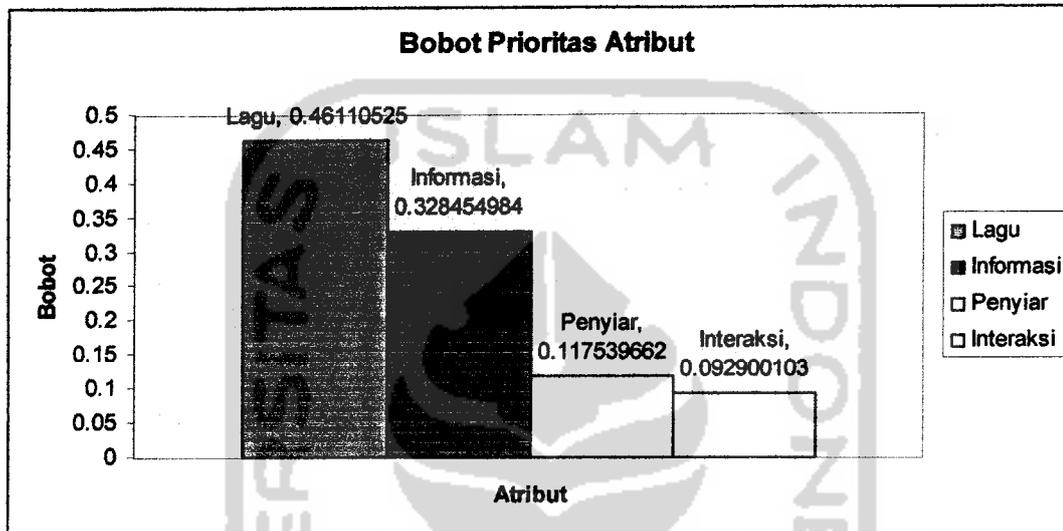
Pada level 2 sub atribut merupakan perluasan dari masing-masing atribut, agar masing-masing atribut dapat menjadi lebih jelas dan terarah.

1. Lagu, dibagi menjadi sub atribut :
 - Manca *Hits & New Entry*, yaitu lagu-lagu barat yang sedang hits atau yang sedang digemari dan lagu-lagu baru
 - Manca *After Hits*, yaitu lagu-lagu barat lama, sesuai dengan porsi segmen lagu di Radio Swaragama mulai tahun 90an, tetapi tidak menutup kemungkinan lebih lama dari tahun itu untuk lagu-lagu *legend*.

- Indonesia *Hits & New Entry*, yaitu lagu-lagu Indonesia yang sedang digemari dan lagu-lagu pendatang baru..
 - Indonesia *After Hits*, yaitu lagu-lagu Indonesia yang sudah lama, sesuai dengan porsi segmen lagu di Radio Swaragama mulai tahun 90an, tetapi tidak menutup kemungkinan lebih lama dari tahun itu untuk lagu-lagu *legend*.
2. Informasi, dibagi menjadi sub atribut :
- *News*, yaitu berita-berita aktual seputar nasional, internasional maupun lokal, atau dapat dikatakan *headline* terkini.
 - *Life Style*, menyajikan tentang gaya hidup, *trend* tentang fashion, hiburan, kuliner, tips, dan segala sesuatu yang termasuk dalam gaya hidup.
 - *Showbiz (Infotainment)*, informasi tentang *entertainment* dengan artis-artisnya, misal : informasi tentang film & musik.
 - Info Ringan Inspiratif & *Fun*, informasi tentang sesuatu yang ringan, tetapi tetap inspiratif untuk memberikan semangat di pagi hari dan fun.
 - IPTEK, yaitu segala informasi yang menyangkut tentang ilmu pengetahuan dan teknologi.
3. Penyiar, dibagi menjadi sub atribut :
- *Fun & Funky*, yaitu pembawaan penyiar dalam sebuah program dengan kemasan yang ceria, bersemangat & *fun*.

Tabel 5.1. Bobot Prioritas Atribut

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
Lagu	0.461105	I
Informasi	0.328455	II
Penyiar	0.11754	III
Interaksi	0.0929	IV

**Gambar 5.1. Grafik Bobot Prioritas Atribut**

Dari grafik tersebut dapat diketahui bahwa prioritas utama pendengar dalam mendengarkan sebuah program *Morning Show* adalah Lagu dengan bobot prioritas 0.461105, prioritas kedua adalah Informasi dengan bobot prioritas 0.328455, prioritas ketiga adalah Penyiar dengan bobot prioritas 0.11754, dan prioritas terakhir adalah Interaktif dengan bobot 0.0929.

Hal ini menunjukkan bahwa dalam mendengarkan sebuah program siaran radio di pagi hari pendengar lebih mengutamakan untuk mendengarkan lagu. Lagu menjadi prioritas utama dapat

dikarenakan pendengar adalah seorang yang mengikuti perkembangan lagu, suka mendengarkan lagu, membutuhkan hiburan di saat mereka akan bersiap untuk memulai aktivitas di pagi hari. Radio merupakan media paling awal dalam *up dating* lagu dibandingkan dengan televisi, kaset, *VCD* maupun media lainnya, karena Perusahaan Rekaman sebelum memunculkan album lagu ke pasaran mereka akan melakukan *sounding* dari sampel lagu ke radio. Sedangkan media televisi membutuhkan waktu untuk pembuatan *video klip*.

Sebagai prioritas kedua adalah informasi, dimana di pagi hari seseorang biasanya akan melakukan *up dating* informasi terbaru, baik informasi ringan, maupun informasi aktual yang berisi. Radio juga merupakan media informasi yang murah, karena untuk mendengarkan radio tidak perlu perjuangan khusus. Responden yang sebagian besar adalah mahasiswa mereka mempunyai radio, dan radio mempunyai kontribusi yang besar saat pendengar membutuhkan hiburan ataupun informasi.

Prioritas ketiga adalah penyiar. Selain prioritas pendengar untuk mendengarkan program *Morning Show* adalah untuk mendengarkan lagu dan informasi, pendengar juga menempatkan urutan ke tiga untuk penyiar. Penyiar mempunyai ruang khusus di telinga pendengar, karena penyiarlah yang membawakan suatu program. Penyiar juga menentukan jalannya sebuah program, apakah program berjalan dengan baik, akrab dengan pendengar, dan

mempunyai kekuatan untuk membuat pendengarnya tetap loyal dan *stay tune* untuk mengikuti program tersebut. sehingga dapat mengangkat *rating* dari program tersebut.

Prioritas terakhir adalah interaktif. Hal ini menunjukkan bahwa pendengar untuk program *Morning Show* ini sebagian besar adalah pendengar yang pasif. Artinya mereka tidak memprioritaskan untuk dapat berinteraksi atau ikut ambil bagian pada program tersebut. Kepasifan mereka ini bukan berarti mereka tidak peduli, tetapi mereka hanya menikmati dan mengkonsumsi program untuk dirinya dan lingkungannya sendiri. Hal ini dapat juga dikarenakan kesibukan mereka untuk memulai aktivitas di pagi hari, sehingga radio dijadikan teman untuk mereka memulai beraktivitas. Untuk pendengar yang menyukai intraktif, karena mereka suka untuk ambil bagian dalam program tersebut, mereka lebih mempunyai waktu di sela-sela aktivitas yang sedang dikerjakan. Radio Swaragama juga mempunyai media komunikasi yang sangat fleksibel yaitu melalui SMS, Telepon, dan melalui website www.swaragama.com . Keunggulan lainnya adalah *live streaming* Radio Swaragama yang dapat diakses melalui internet, sehingga memungkinkan jangkauan yang luas sampai di seluruh dunia.

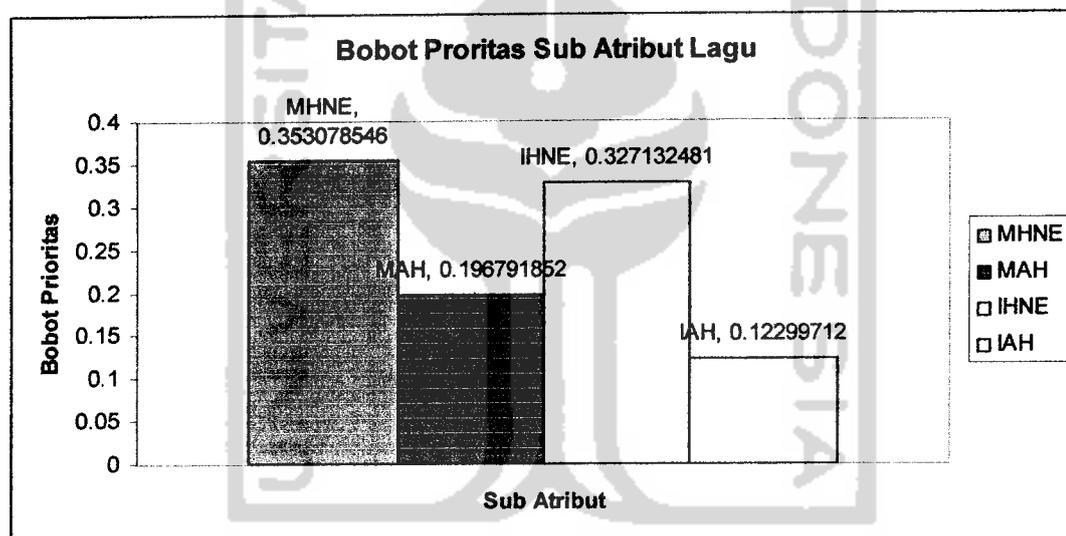
5.2.2. Analisis Hasil Pengolahan Data Sub Atribut

a. Sub Atribut Lagu

Dari sub atribut lagu dapat dilihat prioritas pendengar dalam mendengarkan lagu adalah sebagai berikut :

Tabel 5.2. Bobot Prioritas Sub Atribut Lagu

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
MHNE	0.353079	I
MAH	0.196792	III
IHNE	0.327132	II
IAH	0.122997	IV



Gambar 5.2. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Lagu

Pada grafik di atas dapat dilihat bahwa prioritas pendengar untuk mendengarkan lagu di pagi hari pada urutan pertama adalah lagu *Manca Hits & New Entry* dengan bobot prioritas 0.353079 di urutan ke dua adalah *Lagu Indonesia Hits & New Entry* dengan bobot prioritas 0.327132, prioritas ketiga adalah *Lagu Manca After Hits* dengan bobot

prioritas 0.196792, dan prioritas terakhir adalah Lagu Indonesia *After Hits* dengan bobot prioritas 0.122997.

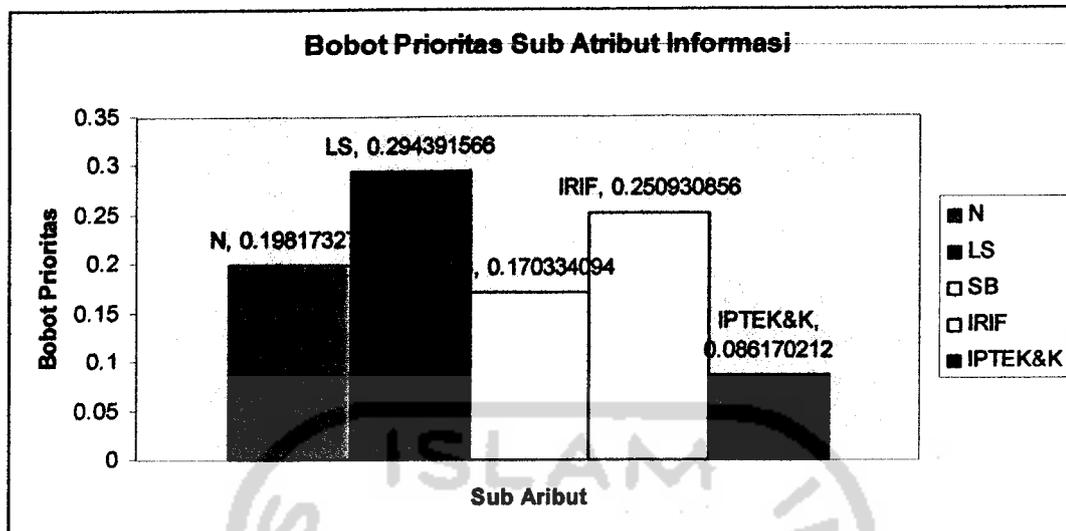
Dari tabel tersebut menunjukkan bahwa tingkat prioritas utama pendengar adalah mendengarkan lagu-lagu yang baru, karena lagu baru baik manca maupun indonesia mempunyai bobot prioritas yang lebih tinggi dari pada yang lain. Hal ini dapat disebabkan pendengar banyak yang mengikuti perkembangan lagu-lagu baru. Prioritas ke tiga adalah lagu *Manca After Hits* dan prioritas ang terakhir adalah lagu Indonesia *After Hits*. Untuk atribut lagu ini dapat diakomodir seluruhnya untuk menjadi bagian dari program *Morning Show* ini dalam bentuk persentase jumlah lagu yang akan diputar. Jadi keseluruhannya akan tertampung, hanya persentase jumlahnya saja yang berbeda. Dalam desain program nanti akan dimunculkan Lagu *Manca Hits & New Entry* lebih banyak dari pada lagu yang lain.

b. Sub Atribut Informasi

Prioritas pendengar dalam mendapatkan informasi yang mereka butuhkan di pagi hari dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.3. Bobot Prioritas Sub Atribut Informasi

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
N	0.198173	III
LS	0.294392	I
SB	0.170334	IV
IRIF	0.250931	II
IPTEK&K	0.08617	V



Gambar 5.3. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Informasi

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa informasi yang ingin didapatkan oleh pendengar pada program *Morning Show* adalah *Life Style* yang menduduki prioritas pertama dengan bobot prioritas 0.294392, prioritas kedua adalah Info Ringan Inspiratif & Fun dengan bobot prioritas 0.250931, prioritas ketiga adalah *News* dengan bobot prioritas 0.198173, prioritas keempat adalah *Showbiz* dengan bobot prioritas 0.170334, dan prioritas terakhir adalah informasi IPTEK dengan bobot prioritas 0.08617.

Informasi tentang *Life Style* mempunyai bobot prioritas paling tinggi dikarenakan kebutuhan akan *life style* sangat tinggi di kalangan anak muda zaman sekarang. Termasuk berpengaruh untuk faktor ekonomi. Mereka akan banyak meluangkan waktu dan uang untuk *hang out* di tempat-tempat yang menjadi *trend*, seperti *cafe*, *coffe shop*, *mall*, berbelanja, mengikuti *trend* mode terbaru maupun kebiasaan *life style*

yang lain. Karena itu mereka membutuhkan informasi yang lebih mengenai *life style* ini.

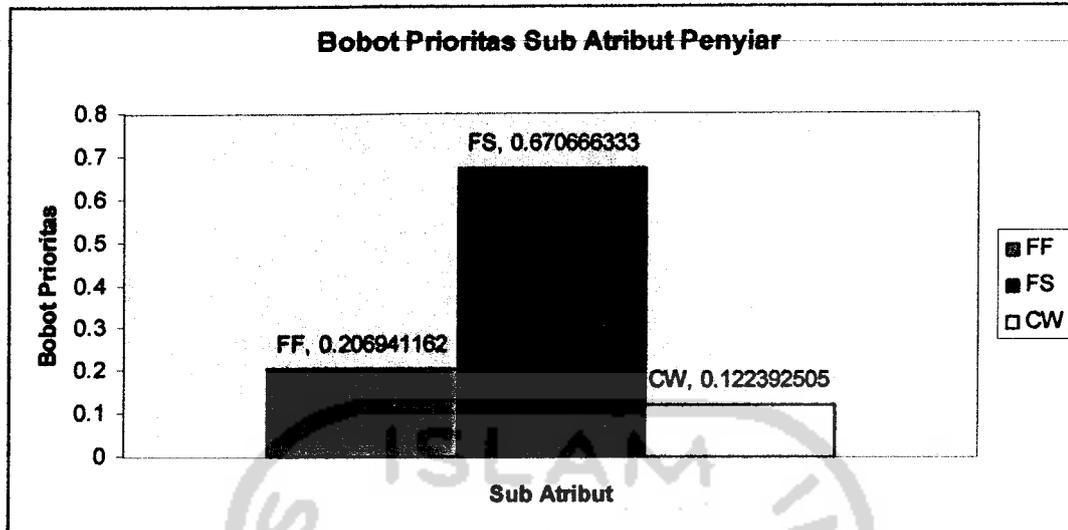
Prioritas kedua adalah info ringan yang inspiratif dan *fun*, untuk memberikan semangat dan inspirasi pendengar dalam memulai hari untuk beraktivitas. Prioritas ke tiga adalah *news*, dimana pendengar juga membutuhkan perkembangan informasi terbaru. Informasi tentang *showbiz* dan IPTEK, dunia hiburan ada di prioritas ke empat dan ke lima. Dalam desain program yang akan dibuat nanti, semua informasi dapat diberikan, sesuai dengan prosentasenya masing-masing.

c. Sub Atribut Penyiar

Prioritas pendengar terhadap karakter penyiar dalam membawakan suatu program dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.4. Bobot Prioritas Sub Atribut Penyiar

Atribut	Bobot Prioritas	Ranking
FF	0.206941	II
FS	0.670666	I
CW	0.122393	III



Gambar 5.4. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Penyiar

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa style atau karakter penyiar yang diinginkan oleh pendengar adalah *Fun & Smart* sebagai prioritas pertama dengan bobot prioritas 0.670666, prioritas kedua adalah *Fun & Funky* dengan bobot prioritas 0.206941 dan prioritas terakhir *Calm & Wise* dengan bobot prioritas 0.122393.

Prioritas pertama pendengar adalah penyiar yang *fun & smart*. Hal ini dapat dikarenakan sebagian pendengar yang menjadi responden adalah mahasiswa, kemudian, pekerja-pekerja muda, mereka membutuhkan sisi smart dalam karakter penyiar. Karena sebagian pendengar dapat dikatakan masih muda (usia 18 s/d 30 tahun), mereka juga membutuhkan hiburan, *joke*, yang *fun* sesuai dengan jiwa muda mereka. Prioritas kedua adalah karakter siaran yang *fun & funky*. Prioritas ketiga adalah *calm & wise*.

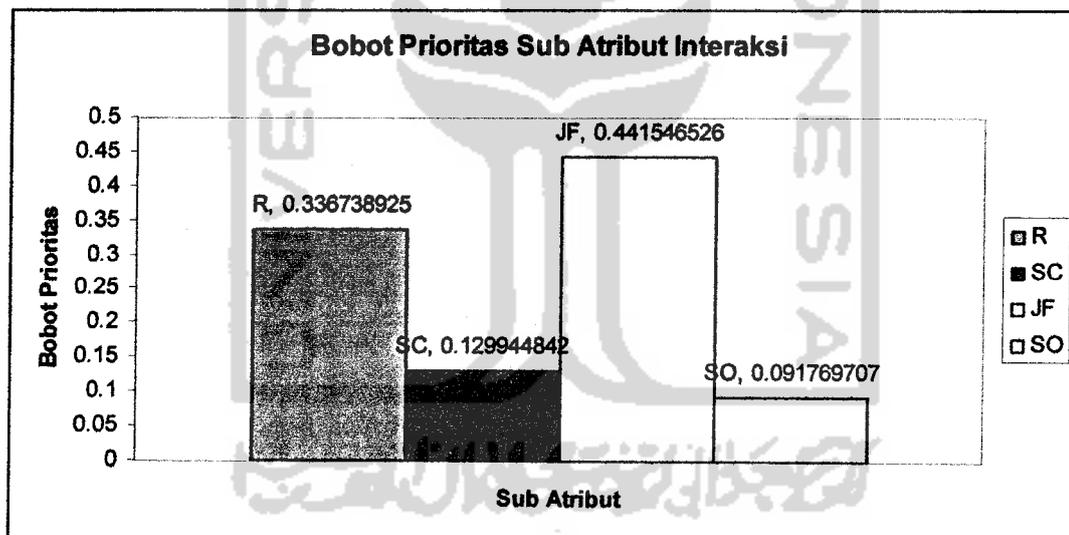
Karena karakter penyiar ini merupakan pilihan, maka dalam desain program nanti dipilih untuk *style fun & smart*.

d. Sub Atribut Interaktif

Prioritas pendengar terhadap bentuk interaksi dari program Morning Show dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 5.5. Bobot Prioritas Sub Atribut Interaktif

	Bobot	Ranking
R	0.336739	II
SC	0.129945	III
JF	0.441547	I
SO	0.09177	IV



Gambar 5.5. Grafik Bobot Prioritas Sub Atribut Interaksi

Dari grafik di atas dapat dilihat bahwa prioritas pertama dalam interaktif adalah *Joke & Fun* dengan bobot prioritas 0.441547, prioritas kedua adalah *Request Lagu* dengan bobot prioritas 0.336739, prioritas

ketiga adalah *Sharing & Curhat* dengan bobot prioritas 0.129945 dan prioritas terakhir adalah *Serious Opinion* dengan bobot prioritas 0.09117.

Dalam sub atribut interkatif ini, *joke & fun* mendapat prioritas pertama. Terlihat dari bobot prioritas tertinggi ke terendah berbanding lurus dengan tingkat *fun & ringannya* interaktif. Terbukti dengan *joke & fun* di urutan pertama, kemudian request lagu, *sharing & curhat* di urutan ke dua dan tiga dan opini yang serius ada di urutan terakhir. Pendengar membutuhkan hiburan interaksi yang ringan, dapat juga dikarenakan pagi hari pendengar mempunyai kesibukan khusus sehingga untuk memikirkan interaktif yang berat, membutuhkan waktu yang lebih banyak.

Dalam desain program yang akan dibuat nanti, karena atribut interaktif mempunyai prioritas yang terkecil, jadi dalam satu hari program acaran hanya akan ada dua jenis interaktif saja.

5.3. Desain Program *Morning Show* Berdasarkan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang diperoleh, kemudian akan dibuat suatu program siaran berdasarkan dari hasil penelitian ini.

Jenis Program	: <i>Morning Show</i>
Nama Program	: Lepas Landas
Konsep	: <i>Reguler Show</i>
Jadwal	: Senin – Jumat (07.00 – 10.00 wib)
Karakter Penyiar	: <i>Fun & Smart</i>
<i>Content</i>	: Informatif, <i>Fun</i> , Inspiratif, <i>Easy</i>

Deskripsi Acara :

Acara yang informatif, inspiratif dan memberi motivasi untuk menemani pendengar dalam mempersiapkan aktivitas di pagi hari. Di bawakan dengan format yang ringan, *fun* dan tetap *smart*.

Lagu :

Dari *rundown* siaran, terdapat 27 lagu yang diputar pada saat program berlangsung, maka dengan persentase bobot yang ada didapat jumlah masing-masing jenis lagu yang akan diputar pada acara tersebut.

Tabel 5.6. Persentase Bobot Prioritas Lagu

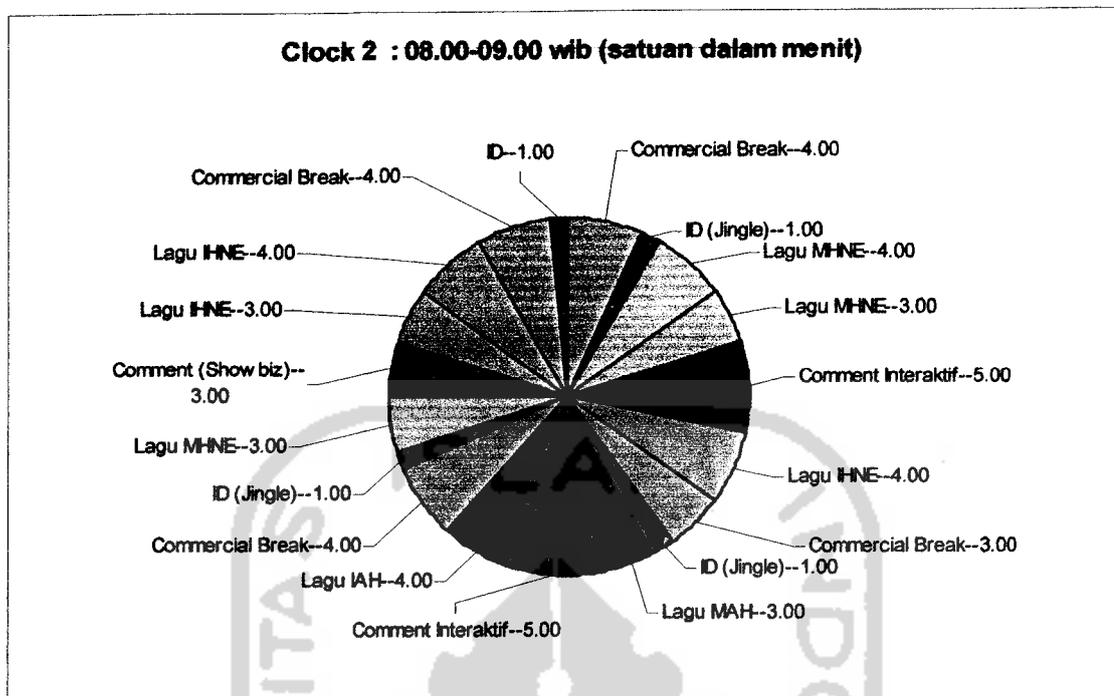
Lagu	Bobot Prioritas	Jumlah
Manca Hits & New Entry	0.353079	10 lagu
Manca After Hits	0.196792	5 lagu
Indo Hits & New Entry	0.327132	9 lagu
Indo After Hits	0.122997	3 lagu

Informasi :

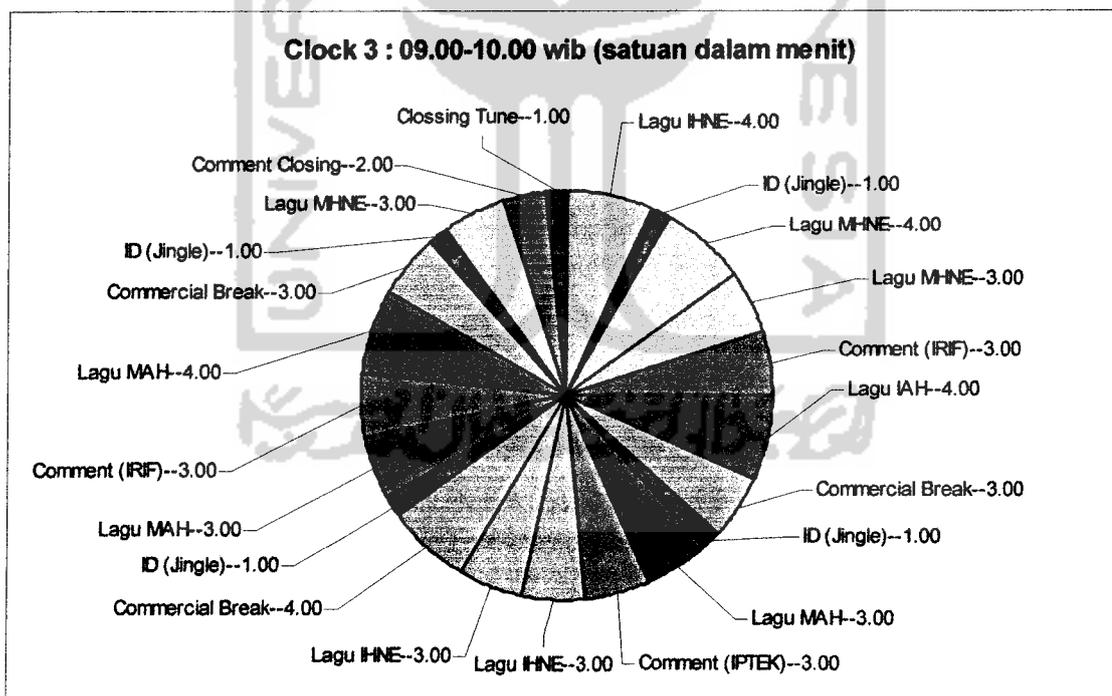
Dari *rundown* siaran, terdapat 7 segmen *comment* penyiar, dimana dapat diisi dengan informasi, maka dengan persentase bobot yang ada didapat jumlah masing-masing jenis informasi untuk setiap segmen.

Tabel 5.7. Persentase Bobot Prioritas Informasi

Informasi	Persentase Bobot	Jumlah
News	0.198173	1 segmen
Life Style	0.294392	2 segmen
Showbiz	0.170334	1 segmen
Info Ringan Inspiratif & Fun	0.250931	2 segmen
IPTEK	0.08617	1 segmen



Gambar 5.7. Clock 2 Siaran Morning Show (08.00 – 09.00 wib)



Gambar 5.8. Clock 8 Siaran Morning Show (09.00 – 10.00 wib)

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari 70 responden dapat diketahui preferensi harapan pendengar terhadap atribut program *Morning Show* "Lepas Landas" adalah sebagai berikut :
 - a. Prioritas utama pendengar dalam mendengarkan program adalah Lagu dengan bobot prioritas 0.461105, prioritas kedua adalah Informasi dengan bobot prioritas 0.328455, prioritas ketiga adalah Penyiar dengan bobot prioritas 0.11754, dan prioritas terakhir adalah Interaktif dengan bobot 0.0929.
 - b. Pada sub atribut lagu prioritas pertama adalah Lagu Manca *Hits & New Entry*, prioritas kedua adalah Lagu Indonesia *Hits & New Entry*, prioritas ketiga adalah Lagu Manca *After Hits*, dan prioritas terakhir adalah Lagu Indonesia *After Hits*.
 - c. Pada sub atribut informasi yang ingin didapatkan oleh pendengar adalah *Life Style* yang menduduki prioritas pertama, prioritas kedua adalah Info Ringan Inspiratif & *Fun*, prioritas ketiga adalah *News*, prioritas keempat adalah *Showbiz*, dan prioritas terakhir adalah informasi.
 - d. Pada sub atribut karakter penyiar yang diinginkan oleh pendengar adalah *Fun & Smart* sebagai prioritas pertama, prioritas kedua adalah *Fun & Funky* dan prioritas terakhir *Calm & Wise*.

- e. Pada sub atribut interaktif prioritas pertama adalah *Joke & Fun*, prioritas kedua adalah *Request Lagu*, prioritas ketiga adalah *Sharing & Curhat* dan prioritas terakhir adalah *Serious Opinion*.
2. Atribut program siaran *Morning Show* yang menjadi prioritas utama dari pendengar adalah mendengarkan Lagu, secara lebih detail untuk urutan prioritas sub atribut lagu ini. prioritas pertama adalah Lagu Manca *Hits & New Entry*, di urutan ke dua adalah Lagu Indonesia *Hits & New Entry*, prioritas ketiga adalah Lagu Manca *After Hits* dan prioritas terakhir adalah Lagu Indonesia *After Hits*.
3. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat dijadikan acuan dalam usulan desain program siaran *Morning Show*, berdasarkan tingkat preferensi pendengar.

6.2. Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk meningkatkan kualitas program, hendaknya perusahaan selalu peka terhadap perkembangan selera pendengar dan melakukan kreasi inovasi program untuk dapat meraih pasar pendengar.
2. Perusahaan juga perlu memperhatikan hal teknis untuk kualitas frekuensi gelombang radio, agar siaran dapat diterima dengan jelas, karena hal ini juga mempengaruhi preferensi pendengar terhadap produk siaran radio.
3. Karena lagu merupakan prioritas utama dari pendengar, maka hendaknya perusahaan lebih dapat mengembangkan atribut lagu misalnya dengan melakukan survey lebih detail tentang preferensi pendengar terhadap jenis-jenis lagu yang disiarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip (2000). Manajemen Pemasaran I di Indonesia. Salemba Empat, Jakarta.

Tjiptono, Fandy (2000). Manajemen Jasa. ANDI, Yogyakarta.

Gaspersz, Vincent (2002). Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa. PT. Gramedia Puastaka Utama, Jakarta.

Tjiptono, Fandy (1997). Strategi Pemasaran. ANDI, Yogyakarta.

Gaspersz, Vincent (2001) Total Quality Manajemen

Saaty, Thomas L (1993). Pengambilan Keputusan bagi Para Pemimpin, Edisi Bahasa Indonesia. PT. Pustaka Binarman Pressindo, Jakarta.

Umar, Husein (1997). Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Kadarsah, Suryadi dan Ramadhan Ali (1998). Sistem Pendukung Keputusan. PT. Remaja Rosda Karya, Bandung.

Eastman, Susan Tyler, Sydney W. Head, Lewis Klein, (1985). Broadcast Cable Programming : Strategies and Practices. Second Edition, Wadsworth Publishing Compan, Bemont, California.

<http://kabare.jogja.com/> (Senin, 11 September 2006), Jauh di Mata, Dekat di Telinga.

www.swaragama.com

John R. Bittner (1991). Broadcasting and Telecommunication: An Introduction, Third Edition. Prentice Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

Keith, C. Michael, 2000. Stasiun Radio : Pemrograman. Internews Indonesia, Jakarta.

Keith, C. Michael, 2000. Stasiun Radio : Riset. Internews Indonesia, Jakarta.

Theo Stokkink (1997). The Professional Radio Presenter : Penyiar Radio Professional. Kanisius, Yogyakarta.

Effendy, Uchjana, Onong (1991). Radio Siaran Teori dan Praktek. Mandar Maju, Bandung.

Keith, C. Michael, 2000. Stasiun Radio : Managemen Stasiun Radio. Internews Indonesia, Jakarta.

Trisanty, Dessy. (2003) Analisis Faktor yang Mempengaruhi Sikap Mahasiswa dalam Memilih Buku Ilmu Pengetahuan Berdasarkan Metode Proses Analisis Hirarki. Tugas Akhir. Fakultas Teknologi Industri, Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta. *Unpublish*.

Boma Ardhi Nugroho. 2005. Programing Radio Show dalam Memelihara Ekuitas Merek. Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada, Jogjakarta. *Unpublish*.



PT RADIO SWARA GADJAH MADA

Marketing and Promotion Office: Bulaksumur H-5, Yogyakarta 55281
Phone/Fax: (0274) 549513/15
website: <http://www.swaragama.com>
email: marketing@swaragama.com, program@swaragama.com



SURAT KETERANGAN

No: 298/ADM/SK/SW/III/2007

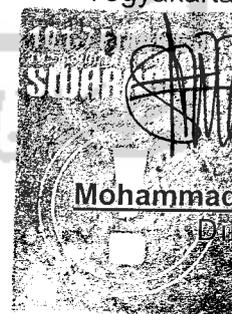
Yang bertandatangan di bawah ini Direktur PT Radio Swara Gajah Mada, menerangkan bahwa:

Nama : **Rininta Karuniawati**
NIM : 01522314
Program Studi : Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia

Telah melaksanakan penelitian dan observasi sebagai penunjang penulisan Tugas Akhir berjudul "**Analisis dan Desain Program Siaran Radio berdasarkan Preferensi Pendengar terhadap Atribut Program**" pada bulan Desember 2006 – Februari 2007 di PT Radio Swara Gajah Mada Yogyakarta.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan dengan sebaik-baiknya

Yogyakarta, 13 Maret 2007



Mohammad Amirulah, S.T.
Direktur

PT RADIO SWARA GADJAH MADA

Marketing and Promotion Office: Bulaksumur H-5, Yogyakarta 55281

Phone/Fax: (0274) 549513/15

website: <http://www.swaragama.com>

email: marketing@swaragama.com, program@swaragama.com



INFORMASI STASIUN RADIO

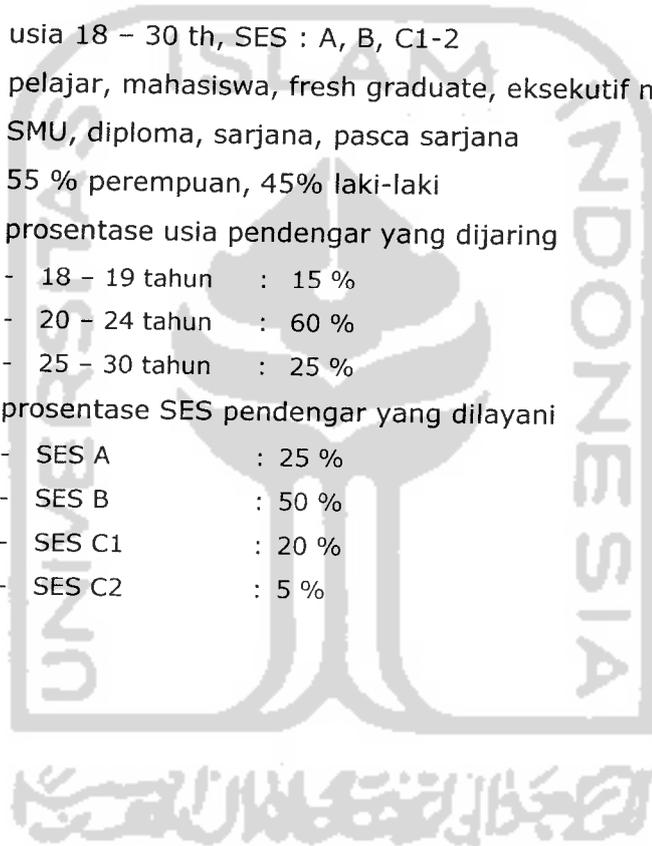
- Nama Stasiun : **R a d i o S w a r a G a m a**
- Frekuensi : FM 101,7 MHz
- Call Sign : PM5FPP
- Siaran perdana : 27 Februari 2000
- Slogan Radio : The Soundtrack of Your Life
- Sebutan pendengar : Akademia Jogja
- Kekuatan Pemancar : 6000 watt (*maksimal*)
- Jam siaran / hari : 24 jam / non stop (*sistem pemancar ganda*)
- Audio Processing : Optimod 8200FM ORBAN, Digital Audio Processor
- Jangkauan siaran : - Terrestrial = DIY dan sekitarnya
- Cyberworld = live streaming ke seluruh dunia
- Alamat Studio : Graha Pantja Dharma, Lt. 3-4, Jl. Kaliurang Km. 4, Sekip, Jogjakarta
- Alamat pemasaran : Gedung Gama Multi Usaha Mandiri, Bulaksumur H-5, Jogjakarta
Telepon 0274-549513; Fax 0274-549515
Email marketing@swaragama.com, aryasena@swaragama.com
aryasena_swaragama@yahoo.co.id
- Web Site : www.swaragama.com
- Rekening Bank : BCA KCP Urip Sumoharjo – Jogja, No.: 4560 553761
- NPWP : 01.852.587.3.542.000
- Format Siaran : Contemporary Hit Radio
- Komposisi program : perbandingan jumlah waktu penyiaran untuk program
- hiburan : 70 %
 - news : 10 %
 - iklan : 20 %
- Komposisi Musik : Manca : 50 % ; Persada : 50 %
- Prosentase aliran musik :
- Pop (rock, alternatif, dan jenis populer lainnya) : 95 %
 - Lainnya : 5 %

Fasilitas Pendukung :

- Komputer : 20 unit / LAN
Internet : fiber optic
Sistem administrasi : Sistem adm. terpadu, online client service, messaging system, dll.
Studio : call box, produksi artistik, produksi berita

Data demografis

- Target pendengar : usia 18 – 30 th, SES : A, B, C1-2
Status / pekerjaan : pelajar, mahasiswa, fresh graduate, eksekutif muda
Pendidikan : SMU, diploma, sarjana, pasca sarjana
Sex profile : 55 % perempuan, 45% laki-laki
Distribusi usia : prosentase usia pendengar yang dijangkau
- 18 – 19 tahun : 15 %
- 20 – 24 tahun : 60 %
- 25 – 30 tahun : 25 %
Distribusi SES : prosentase SES pendengar yang dilayani
- SES A : 25 %
- SES B : 50 %
- SES C1 : 20 %
- SES C2 : 5 %



KUISIONER PENDAHULUAN

Data Responden

Nama :

Alamat Jogja :

Pekerjaan :

Usia :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

- Lingkari jawaban yang Anda pilih dan isikan untuk option "lain-lain".
- Jawaban boleh lebih dari 1

Pertanyaan

1. Apabila anda mendengarkan radio pada pagi hari (pukul 07.00 – 10.00) apa yang anda inginkan atau apa yang ingin anda dapatkan dari program tersebut :
 - a. Lagu
 - b. Informasi
 - c. Penyiar
 - d. Request Lagu
 - e. Interaktif
 - f. Lain-lain, sebutkan _____
2. Apabila anda mendengarkan radio pada pagi hari (pukul 07.00 – 10.00) lagu apa yang ingin anda dengarkan :
 - a. Manca Hits & New Entry
 - b. Manca After Hits
 - c. Indo Hits & New Entry
 - d. Indo After Hits
3. Apabila anda mendengarkan radio pada pagi hari (pukul 07.00 – 10.00) informasi apa yang ingin anda dapatkan :
 - a. News (Berita terkini nasional & Lokal Jogja)
 - b. LifeStyle
 - c. ShowBiz
 - d. Info Ringan for Fun
 - e. IPTEK & Kesehatan
 - f. Lain-lain, sebutkan _____
4. Apabila anda mendengarkan radio pada pagi hari (pukul 07.00 – 10.00) karakter dan suasana penyiar yang seperti apa yang ingin anda dapatkan :
 - a. Fun & Funky
 - b. Fun & Smart
 - c. Calm & Wise
 - d. Lain-lain, sebutkan _____
6. Apabila anda mendengarkan radio pada pagi hari (pukul 07.00 – 10.00) bentuk interaktif seperti apa yang anda inginkan :
 - a. Serious Opinion
 - b. Sharing & Curhat
 - c. Joke & Fun
 - d. Tidak ada interaktif
 - e. Lain-lain, sebutkan _____

Kuisisioner Penunjang

Nama Responden :
Jenis Kelamin*) : L/P : Usia : tahun
Status *) :
a. Mahasiswa D3/S1/S2 :
b. Bekerja :
c.

I. Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang Anda pilih atau isi titik-titik jika pilihan Anda tidak tercantum dalam menu pilihan pada kuisisioner di bawah ini.

- Berapa jam anda biasanya mendengarkan radio setiap harinya?
A. < 3 jam
B. 3 – 5 jam
C. > 5 jam
D.
- Mengapa anda ingin mendengarkan radio?
A. Sebagai hiburan & refreshing
B. Mencari informasi
C. Teman melakukan aktivitas
D.
- Apabila anda mendengarkan radio di pagi hari (07.00-10.00) apa aktivitas yang biasanya sedang anda lakukan?
A. Bersiap berangkat kerja/kuliah
B. Bersantai di rumah/kost
C. Kerja/kuliah
D.
- Apakah anda lakukan jika anda di rumah saja?
A. Nonton TV
B. Mendengarkan radio
C. Game / Film
D.
- Apakah anda termasuk orang yang suka musik dan termasuk orang yang mengikuti perkembangan lagu?
A. Ya
B. Tidak
- Dari mana anda mengetahui lagu-lagu baru?
A. TV
B. Radio
C. Website
D.
- Dari lagu berikut mana yang anda paling suka? (Boleh lebih dari 1)
A. Barat Baru
B. Barat Lama
C. Indo Baru
D. Indo Lama
- Mengapa?
- Dari lagu berikut mana yang anda paling tidak suka? (Boleh lebih dari 1)
A. Barat Baru
B. Barat Lama
C. Indo Baru
D. Indo Lama
- Mengapa?
- Berapa penghasilan anda per bulan?
A. 500 ribu – 1 juta
B. 1 juta – 2 juta
C. > 2 juta
D.
- Untuk mengisi waktu senggang apakah anda memiliki hobby yang ingin disalurkan?
A. Ya
B. Tidak
- Apa hobby anda?
- Apabila anda mempunyai waktu luang apa yang anda lakukan?
A. Santai di rumah
B. Menyalurkan hobby
C. Jalan-jalan
D.
- Dimana biasanya anda refreshing untuk sekedar jalan-jalan?
A. Pasar
B. Tempat Makan & Coffee Shop
C. Mall
D.

16. Apakah anda mengikuti perkembangan fashion?

- A. Ya
B. Tidak

17. Apa yang menjadi bahan obrolan anda bersama teman anda?

- A. Artis, musik, film (hiburan)
B. Life Style
C. Curihat (pribadi)
D. Berita-berita aktual
E. IPTEK
D.

18. Apakah anda sering melakukan interaktif pada sebuah program radio?

- A. Sering
B. Kadang-kadang
C. Tidak pernah
D.
C. Kuis
D.

19. Interaktif dalam segmen apa?

- A. Request Lagu
B. Pendapat
C. Kuis
D.
A. Request Lagu
B. Pendapat
C. Kuis
D.

Berilah ranking dari yang paling penting untuk pertanyaan berikut.

Contoh : Apa yang ingin anda dengarkan dari program radio di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)? urutan / ranking dari yang paling penting ?

Jawab: Lagu (RANKING 1), Informasi (RANKING 3), Penyar (RANKING 2), dst

20. Apa yang ingin anda dengarkan dari program radio di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)?

Atribut	Ranking
Lagu	
Informasi	
Penyar	
Interaktif	

21. Lagu yang ingin anda dengarkan di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)?

Sub Atribut	Keterangan	Ranking
Manca Hits & New Entry	Barat Baru	
Manca After Hits	Barat Lama	
Indo Hits & New Entry	Indonesia Baru	
Indo After Hits	Indonesia Lama	

22. Informasi yang ingin anda dapatkan di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)?

Sub Atribut	Ranking
News	Berita-berita aktual
Life Style	Gaya Hidup
Showbiz	Info Entertainment
Info Ringan Inspiratif & Fun	Info Ringan Inspiratif & Fun
IPTEK	Pengetahuan & Teknologi

23. Karakter penyiar yang anda inginkan, apabila anda mendengarkan program radio di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)?

Sub Atribut	Keterangan	Ranking
Fun & Funky	Semangat, Fun	
Fun & Smart	Ringan, Smart & Fun	
Calm & Wise	Pelan, bijaksana	

24. Interaktif yang ingin anda ikuti dalam program radio di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)?

Sub Atribut	Keterangan	Ranking
Request Lagu	Request Lagu	
Sharing & Curihat	Berbagi pengalaman & Curahan Hati	
Joke & Fun	Bercanda yang fun	
Serious Opinion	Opini serius	

Kuisisioner Utama

II. Sebelum mengisi kuesisioner di bawah ini sebaliknya Anda membaca terlebih dahulu petunjuknya.

Petunjuk Pengisian

- a. Beri tanda silang (X) pada kolom-kolom yang ada, untuk prioritas anda dalam membandingkan dua atribut yang ditanyakan.
b. Skala penilaian yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1 = sama pentingnya
3 = sedikit lebih penting
5 = cukup penting
7 = sangat penting
9 = mutlak penting (paling penting)

Catatan :

- Skala antara (2, 4, 6, 8) tetap boleh disisikan dan menunjukkan skala menengah atau ragu-ragu diantara dua tingkat kepentingan yang berdekatan.
Skala untuk sisi kiri adalah prioritas untuk atribut di sebelah kiri dan untuk sisi kanan adalah prioritas untuk atribut di sebelah kanan, sedangkan angka 1 (satu) adalah angka netral dimana tidak memihak dari kedua atribut yang ditawarkan.

- d. Apabila anda cenderung untuk memilih atribut sisi kiri maka isikan skala untuk sisi kiri, begitu pula sebaliknya.

CONTOH.

Bila Anda merasa Lagu sama pentingnya dengan Informasi (isikan pada kolom 1), Lagu 7 kali Sangat Penting dari Interaktif, maka Anda menjawab seperti ini. *(Anda beri tanda silang seperti gambar di bawah ini, dan kosongkan yang lainnya, kemudian Anda isi kotak perbandingan lainnya pada Faktor Utama dan tiap-tiap subfaktor lainnya).*

Jika anda mendengarkan program radio di pagi hari (07.00-10.00 wib) apa yang anda prioritaskan untuk didengarkan?

Atribut	9	7	5	3	1	3	5	7	9	Atribut
Lagu						X				Informasi
Lagu	X									Interaktif

Jawablah pertanyaan di bawah ini

Jika anda mendengarkan program radio di pagi hari (07.00-10.00 wib) apa yang anda prioritaskan untuk didengarkan?

Atribut	9	7	5	3	1	3	5	7	9	Atribut
Lagu						X				Informasi
Lagu										Penyiar
Lagu		X								Interaktif
Informasi										Penyiar
Informasi										Interaktif
Penyiar										Interaktif

Pilihan lagu untuk didengarkan pada program radio di pagi hari (07.00-10.00 wib)?

Atribut	9	7	5	3	1	3	5	7	9	Atribut
Manca Hits & New Entry										Manca After Hits
Manca Hits & New Entry										Indo Hits & New Entry
Manca Hits & New Entry										Indo After Hits
Manca After Hits										Indo Hits & New Entry
Manca After Hits										Indo After Hits
Indo Hits & New Entry										Indo After Hits

Informasi yang ingin Anda dapatkan dari program radio di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)?

Atribut	9	7	5	3	1	3	5	7	9	Atribut
News										Life Style
News										Showbiz
News										Info Ringan Inspiratif & Fun
News										IPTEK
Life Style										Showbiz
Life Style										Info Ringan Inspiratif & Fun
Life Style										IPTEK
Showbiz										Info Ringan Inspiratif & Fun
Showbiz										IPTEK
Info Ringan Inspiratif & Fun										IPTEK

Karakter penyiar dalam membawakan program radio di pagi hari (07.00-10.00 wib)?

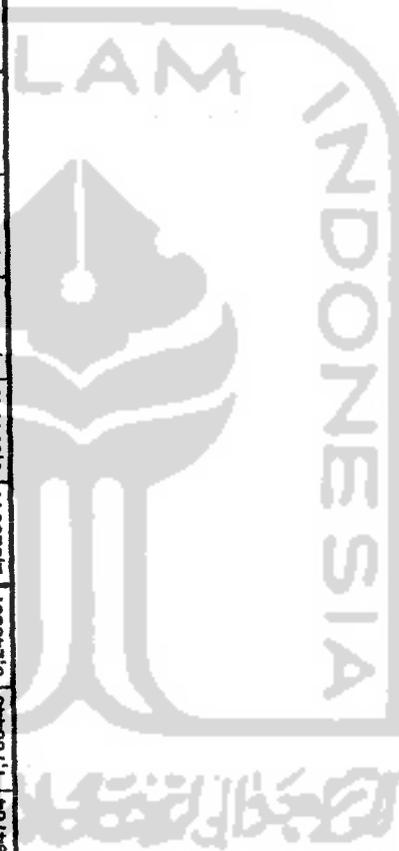
Atribut	9	7	5	3	1	3	5	7	9	Atribut
Fun & Funky										Fun & Smart
Fun & Funky										Calm & Wise
Fun & Smart										Calm & Wise

Interaktif yang ingin anda ikuti dalam program radio di pagi hari (07.00 – 10.00 wib)?

Atribut	9	7	5	3	1	3	5	7	9	Atribut
Request Lagu										Sharing & Curhat
Request Lagu										Joke & Fun
Request Lagu										Serious Opinion
Sharing & Curhat										Joke & Fun
Sharing & Curhat										Serious Opinion
Joke & Fun										Serious Opinion

Terimakasih atas partisipasinya.....

0,333333	3	1	3	3	0,333333	3	9	0,333333	0,333333	3	0,333333	3	5
0,333333	5	1	3	3	0,333333	1	5	3	1	5	0,142857	1	7
1	3	0,2	1	3	0,111111	1	7	5	0,333333	3	0,142857	1	3
1	5	0,2	1	3	0,111111	1	5	7	0,333333	3	0,142857	1	3
0,2	0,2	0,2	0,2	1	5	0,333333	0,333333	5	0,333333	3	0,2	1	3
1	3	0,2	1	3	0,111111	1	7	5	0,333333	3	0,142857	1	3
0,333333	5	1	3	3	0,333333	1	5	3	1	5	0,142857	1	7
1	5	1	3	3	5	1	0,111111	5	1	7	0,142857	1	3
0,333333	5	1	3	3	0,333333	1	5	3	1	5	0,142857	1	7
7	7	1	3	3	0,333333	5	7	1	3	3	1	5	5
9	9	9	5	1	0,111111	1	5	0,142857	0,2	0,333333	1	1	3
7	3	1	5	0,2	0,111111	1	7	0,333333	1	5	7	7	1
0,333333	3	1	3	3	0,2	3	7	3	0,333333	3	0,333333	3	5
3	7	3	5	5	0,111111	0,333333	5	3	1	5	0,2	5	7
0,333333	3	1	3	3	0,2	3	7	3	0,333333	3	0,333333	3	5
3	3	1	3	3	0,2	3	9	0,2	1	5	3	7	5
0,333333	3	1	1	1	0,142857	3	7	3	0,333333	5	0,333333	3	5
5	5	1	3	5	0,142857	0,333333	5	1	0,333333	5	0,333333	5	7
1	3	3	5	7	0,333333	3	5	7	1	5	0,2	1	5
0,333333	5	1	5	3	0,333333	3	7	3	1	5	0,333333	1	7
0,333333	3	0,333333333	1	3	0,2	3	9	7	1	5	0,2	1	3
0,995147	3,110429	0,799444048	2,255692	2,43248239	0,294784	1,768443	5,245557	2,825011	0,676046	3,813127	0,283113	1,547098	4,26998



PERHITUNGAN BOBOT PRIORITAS DAN RASIO KONSISTENSI

A. ATRIBUT N= 4

1. Matrik Awal

	Lagu	Informasi	Penyiar	Interaksi
Lagu	1	1,463175	3,911312	4,778276
Informasi	0,683445	1	2,803323	3,672463
Penyiar	0,255669	0,356719	1	1,266828
Interaksi	0,20928	0,272297	0,789373	1
Jumlah	2,148395	3,092191	8,504008	10,71757

2. Normalisasi

	Lagu	Informasi	Penyiar	Interaksi	Jumlah	Bobot	Ranking
Lagu	0,465464	0,473184	0,459937	0,445836	1,844421	0,461105	I
Informasi	0,318119	0,323395	0,329647	0,342658	1,31382	0,328455	II
Penyiar	0,119005	0,115361	0,117592	0,118201	0,470159	0,11754	III
Interaksi	0,097413	0,08806	0,092824	0,093305	0,3716	0,0929	IV
					Jumlah	1	

3. Eugene Value

	Lagu	Informasi	Penyiar	Interaksi	Jumlah
Lagu	0,461105	0,480587	0,459734	0,443902	1,845329
Informasi	0,31514	0,328455	0,329502	0,341172	1,314269
Penyiar	0,11789	0,117166	0,11754	0,117688	0,470285
Interaksi	0,0965	0,089437	0,092783	0,0929	0,37162

4. Matrik/Bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
Lagu	1,845329	0,461105	4,001969
Informasi	1,314269	0,328455	4,001367
Penyiar	0,470285	0,11754	4,001072
Interaksi	0,37162	0,0929	4,000214
	Jumlah		16,00462
	Nilai Max		4,001156
	CI		0,000385
	RI		0,9
	CR		0,000428

konsisten

B. SUB ATRIBUT LAGU

N=

4

1. Matrik Awal

	MHNE	MAH	IHNE	IAH
MHNE	1	1,899566	1,064976	2,770085
MAH	0,526436	1	0,558666	1,814403
IHNE	0,938988	1,789978	1	2,44987
IAH	0,361	0,551145	0,408185	1
Jumlah	2,826424	5,240689	3,031827	8,034358

2. Normalisasi

	MHNE	MAH	IHNE	IAH	Jumlah	Bobot	Ranking
MHNE	0,353804	0,362465	0,351266	0,34478	1,412314	0,353079	I
MAH	0,186255	0,190815	0,184267	0,225831	0,787167	0,196792	III
IHNE	0,332218	0,341554	0,329834	0,304924	1,30853	0,327132	II
IAH	0,127723	0,105167	0,134633	0,124465	0,491988	0,122997	IV
Jumlah						1	

3. Eugene Value

	MHNE	MAH	IHNE	IAH	Jumlah
MHNE	0,353079	0,373819	0,348388	0,340712	1,415998
MAH	0,185873	0,196792	0,182758	0,223168	0,788589
IHNE	0,331537	0,352253	0,327132	0,301327	1,312249
IAH	0,127461	0,108461	0,133531	0,122997	0,49245

4. Matrik Bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
MHNE	1,415998	0,353079	4,010435
MAH	0,788589	0,196792	4,007226
IHNE	1,312249	0,327132	4,011369
IAH	0,49245	0,122997	4,003751
Jumlah			16,03278
Nilai Max			4,008195
CI			0,002732
RI			0,9
CR			0,003035

konsisten

C. SUB ATRIBUT INFORMASI N=

5

1. Matrik Awal

	N	LS	SB	IRIF	IPTEK&K
N	1	0,599044	1,34423	0,664554	2,682159
LS	1,669326	1	2,040051	0,995147	3,110429
SB	0,743921	0,490184	1	0,799444	2,255692
IRIF	1,50477	1,004876	1,250869	1	2,432482
IPTEK&K	0,372834	0,321499	0,443323	0,411103	1
Jumlah	5,29085	3,415603	6,078473	3,870248	11,48076

2. Normalisasi

	N	LS	SB	IRIF	IPTEK&K	Jumlah	Bobot	Ranking
N	0,189006	0,175385	0,221146	0,171708	0,233622	0,990866	0,198173	III
LS	0,315512	0,292774	0,335619	0,257128	0,270925	1,471958	0,294392	I
SB	0,140605	0,143513	0,164515	0,206561	0,196476	0,85167	0,170334	IV
IRIF	0,28441	0,294202	0,205787	0,258381	0,211875	1,254654	0,250931	II
IPTEK&K	0,070468	0,094127	0,072933	0,106221	0,087102	0,430851	0,08617	V
						Jumlah	1	

3. Eugene Value

	N	LS	SB	IRIF	IPTEK&K	Jumlah
N	0,198173	0,176354	0,228968	0,166757	0,231122	1,001374
LS	0,330816	0,294392	0,34749	0,249713	0,268026	1,490437
SB	0,147425	0,144306	0,170334	0,200605	0,194373	0,857044
IRIF	0,298205	0,295827	0,213066	0,250931	0,209608	1,267636
IPTEK&K	0,073886	0,094647	0,075513	0,103158	0,08617	0,433374

4. Matrik Bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
N	1,001374	0,198173	5,053023
LS	1,490437	0,294392	5,062771
SB	0,857044	0,170334	5,031546
IRIF	1,267636	0,250931	5,051735
IPTEK&K	0,433374	0,08617	5,029278
	Jumlah		25,22835
	Nilai Max		5,045671
	CI		0,011418
	RI		1,12
	CR		0,010194

konsisten

D. SUB ATRIBUT PENYIAR

N=

3

1. Matrik Awal

	FF	FS	CW
FF	1	0,294784	1,768443
FS	3,392316	1	5,245557
CW	0,565469	0,190638	1
Jumlah	4,957785	1,485421	8,013999

2. Normalisasi

	FF	FS	CW	Jumlah	Bobot	Ranking
FF	0,201703	0,198451	0,220669	0,620823	0,206941	II
FS	0,68424	0,67321	0,654549	2,011999	0,670666	I
CW	0,114057	0,128339	0,124782	0,367178	0,122393	III
			Jumlah		1	

3. Eugene Value

	FF	FS	CW	Jumlah
FF	0,206941	0,197702	0,216444	0,621087
FS	0,70201	0,670666	0,642017	2,014693
CW	0,117019	0,127854	0,122393	0,367266

4. Matrik Bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
FF	0,621087	0,206941	3,001273
FS	2,014693	0,670666	3,004017
CW	0,367266	0,122393	3,000719
	Jumlah		9,006009
	Nilai Max		3,002003
	CI		0,001002
	RI		0,56
	CR		0,001788

konsisten

E. SUB ATRIBUT INTERAKSI N= 4

1. Matrik Awal

	R	SC	JF	SO
R	1	2,825011	0,676045	3,813127
SC	0,353981	1	0,293113	1,547098
JF	1,479192	3,411653	1	4,26998
SO	0,262252	0,646372	0,234193	1
Jumlah	3,095425	7,883035	2,203351	10,6302

2. Normalisasi

	R	SC	JF	SO	Jumlah	Bobot	Ranking
R	0,323057	0,358366	0,306826	0,358707	1,346956	0,336739	II
SC	0,114356	0,126855	0,133031	0,145538	0,519779	0,129945	III
JF	0,477864	0,432784	0,453854	0,401684	1,766186	0,441547	I
SO	0,084722	0,081995	0,10629	0,094072	0,367079	0,09177	IV
Jumlah						1	

3. Eugene Value

	R	SC	JF	SO	Jumlah
R	0,336739	0,367096	0,298505	0,34993	1,352269
SC	0,119199	0,129945	0,129423	0,141977	0,520544
JF	0,498102	0,443327	0,441547	0,391855	1,77483
SO	0,08831	0,083993	0,103407	0,09177	0,36748

4. Matrik Bobot

	Jumlah	Bobot	Hasil Bagi
R	1,352269	0,336739	4,015779
SC	0,520544	0,129945	4,005883
JF	1,77483	0,441547	4,019576
SO	0,36748	0,09177	4,004371
Jumlah			16,04561
Nilai Max			4,011402
CI			0,003801
RI			0,9
CR			0,004223

konsisten