

**STRATEGI MANAJEMEN PROGRAMMING RADIO DCS FM DAN
MODERATO FM DALAM PERSAINGAN RADIO KOMERSIAL
DI KOTA MADIUN**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Oleh:

RAHMA MELIASARI

06 331 042

Dosen Pembimbing:

Wahyu Sudarmawan, SE., M.Si

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2011

**STRATEGI MANAJEMEN PROGRAMMING RADIO DCS FM DAN
MODERATO FM DALAM PERSAINGAN RADIO KOMERSIAL
DI KOTA MADIUN**



Disusun Oleh
Rahma Meliasari
06331042

Telah Disetujui :

Tanggal:.....

Dosen Pembimbing Skripsi

Wahyu Sudarmawan, SE., M.Si.

NDIN : 0512036801

SKRIPSI
STRATEGI MANAJEMEN PROGRAMMING RADIO DCS FM DAN
MODERATO FM DALAM PERSAINGAN RADIO KOMERSIAL
DI KOTA MADIUN

Telah Dipertahankan Dan disahkan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Psikologi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Untuk

Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Sarjana Ilmu Komunikasi

Pada Tanggal :

Dewan Penguji :

1. Ketua : **Iwan Awaluddin Yusuf, SIP.,M.Si**
NIDN. 0506038201

2. Anggota : **Wahyu Sudarmawan, SE.,M.Si**
NIDN.0512036801

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Indonesia



Anang Hermawan, S.Sos., M.A

NIDN 0506067702

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Rahma Meliasari
No. Mahasiswa : 06331042
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Manajemen Programming Radio DCS FM dan
MODERATO FM dalam Persaingan Radio Komersial
di Kota Madiun

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindakan pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila dikemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademik yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 17 Desember 2011
Yang menyatakan,

RAHMA MELIASARI
06331042

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan sebagai baktiku kepada kedua orang tuaku Papa R Harijanto dan Mama Prihatiningsih atas pengorbanan cinta kasih dan doa yang tidak pernah putus untuk pendidikanku bekal masa depanku. Memberikan ilmu agama sebagai bekalku di akherat. Kedua kakak perempuanku yang selalu menasehatiku dan memberikan dorongan, motivasi dan juga pengalaman. Keluarga besarku di Magelang dan Malang. Dan sahabat-sahabatku yang selalu setia menemaniku dan menyayangiku tanpa kalian tidak akan menjadi apa-apa. Sahabat adalah segalanya bagi kehidupan bersosialku.

HALAMAN MOTTO

MOTTO

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾ وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَبْ ﴿٨﴾

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh- sungguh (urusan) yang lain. Dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.”

(QS. Alam Nasyrah : 6 – 8)

“Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah mudahkan baginya jalan menuju Surga”

(HR. Muslim)

وَأَسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ وَإِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ ﴿٤٥﴾

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(QS. Al Baqarah : 45)

TAFAKUR (TEKAD, AKSI, FOKUS, ANALISA, KREATIV, ULET, RELIGI)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum WR. WB

Alhamdulillah, segala puji bagi ALLAH. Sholawat dan salam semoga terlimpahkan kepada Rasulullah *Shallallah Alaihi wa Sallam*, keluarga, sahabatnya dan pengikutnya hingga akhir zaman..

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, dan syukur Alhandullilah atas rahmat dan anugerah-Nya yang telah member ilmu, kekuatan dan kesempatan sehingga tugas akhir dengan judul “Strategi Manajemen Programming Radio DCS FM dan Moderato FM dalam Menarik Pendengar di Kota Madiun” ini dapat terselesaikan.

Tujuan dari penyusunan tugas akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata-1 program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Keberhasilan terselesaikannya tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Anang Hermawan, S.Sos.,M.A selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
2. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, SIP.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik, dosen Manajemen Media, Penguji Skripsi yang senantiasa membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
3. Bapak Wahyu Sudarmawan, SE.,M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberi dukungan dalam menyelesaikan skripsi.
4. Segenap pengajaran Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah melancarkan proses penulis dalam menjalankan tugas Akhir ini.
5. Steven Octavianno selaku Program Director dan Zaenal Abidin selaku Manajer ON Air Radio DCS FM dan Dian Ratna selaku Manajer Program di

radio Moderato FM Madiun terimakasih atas kerjasamanya dalam pemberian informasi.

6. Kedua Orang tua papa R. Harijanto dan mama Prihatinningsih atas didikan, doa, restu, nasehat dan kasih sayangnya yang tidak akan pernah habis dan kedua kakak perempuanku Farika Indriani dan Youzi Dwi Ariesta yang terus memberikan dukungan, motivasi dan juga pengalaman hidup.
7. Segenap keluarga besar Soeisro Sosro Widjoyo dan Soeprpto yang selalu menasehati dan member dukungan serta doanya.
8. Kelas Manajemen Media angkatan 2006 dan teman Komunikasi 2006 yang telah memberikan ilmu dalam kerja kelompok dan saling bertukar pikiran dan semangat dan ilmu budaya yang dibawa dari masing-masing tempat.
9. Teman-teman yang senangtiasa menyemangatiku dan sudah lulus satu persatu mendahuluiku : Nurul Janati, Avilla Bundasari, Eka Puspita, Wiena Murti, Putri, Mumun dan Kieky Miranda (teman sperjuangan dalam mengerjakan skripsi setia untuk begadang bersama), Geovanny Ardi, Arum Nurmala dan semua yang tidak dapat disebut satu persatu, terimakasih banyak teman. Kalian adalah teman-teman terbaik.
10. Teman organisasi saya selama di FPSB, Himakom, radio Galaxy, Kompor.com, klik 18, keluargaku Teater Parkir terimakasih atas ilmu organisasi dan juga mengasah kreativitas saya.
11. Teman kerja di Relax maupun Teman bermain semuanya terimakasih banyak telah memberikan saya pengalaman hidup.
12. Untuk orang terdekat saya yang telah memberikan cinta kasih, semangat, doa dan pemikiran yang matang serta menjalani hari dengan penuh semangat. Terimakasih banyak.

Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya untuk penulis semoga penelitian dan apa yang kita lakukan selama ini dapat memberikan manfaat serta selalu dalam ridho Allah SWT.

Wassalamu'alaikum WR. WB

Yang menyatakan,



Rahma Meliasari

ABSTRAK

Rahma Meliasari 06331042. Strategi Manajemen *Programming* Radio DCS FM dan Radio Moderato FM dalam Persaingan Radio Komersial di Kota Madiun. Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2011.

Programming radio merupakan salah satu aktivitas manajemen penyiaran yang khusus mengelola aktivitas program siaran, mulai dari perencanaan program sampai evaluasi program siaran. Untuk mendapatkan hasil siaran yang sesuai dengan keinginan manajemen penyiaran radio, maka diperlukan suatu manajemen *programming* yang baik. Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* memiliki program dan *format siaran* yang disesuaikan dengan sasaran khalayak pendengar. Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* juga mempunyai program siaran informasi yang berisikan berita atau informasi disekitar wilayah kota Madiun. Format siaran merupakan strategi yang digunakan stasiun radio untuk membidik pendengarnya agar pendengar tidak berpindah pada gelombang lain. Radio menyusun *program radio* yang akan disiarkan berdasarkan format siarannya. Penyusunan program siaran dikaitkan dengan kebijakan penyelenggaraan siaran yang cenderung *segmented*. Sehingga radio memiliki karakteristik tersendiri dalam hal menyajikan musik, informasi, maupun pola penyiarannya.

Tujuan dari penelitian ini, khususnya adalah untuk memperoleh gambaran tentang strategi manajemen *programming* radio *DCS FM* dan *Moderato FM* dalam persaingan radio komersial di kota Madiun. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan paradigma konstruktivis. Konsep yang dioperasikan sebagai alat analisis meliputi perencanaan (*planning*), organisasi (*organization*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Konsep STPF digunakan untuk dapat mengetahui sasaran pendengarnya sedangkan SWOT digunakan sebagai alat analisis perbandingan kedua radio tersebut.

Hasil penelitian di radio *DCS FM* dan *Moderato FM* menunjukkan beberapa persamaan dan catatan perbandingan. Bahwa di Radio *DCS FM* kualitas penyiaran dan strategi pemrogramannya lebih berkualitas dan berstruktur dibandingkan dengan Radio *Moderato FM* dikarenakan Radio *DCS FM* lebih mengutamakan keinginan pendengar dan fasilitas yang memadai dibandingkan dengan Radio *Moderato FM*. Jumlah pendengar yang banyak dan masuknya pengiklan yang banyak dapat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah radio

Kata-kata kunci: strategi manajemen, program radio, segmentasi, format siaran Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM*

ABSTRACT

Rahma Meliasari 06331042. Radio Programming Management Strategy DCS Moderato FM and FM Radio in Commercial Radio Competition in Madiun. Bachelor Thesis, Communication Departement, Faculty of Psychology and Social Sciences Culture, Indonesian Islamic University. 2011.

Radio programming is one of the special management activities that manage the activities of broadcasting broadcast program, from planning to evaluation of programs broadcast program. To get the broadcast in accordance with the wishes of management of radio broadcasting, we need a good programming management. DCS Moderato FM radio and FM has broadcast programs and formats tailored to the target audience of listeners. DCS Moderato FM radio and FM broadcast programming also has information which contains news or information around the city of Madiun. Broadcast format is a strategy used to target listeners of radio stations that listeners do not switch to another wave. Radio put together a program that will be broadcast on the radio broadcast format. Broadcast programming associated with the implementation of policies which tend to be segmented broadcast. So the radio has its own characteristics in terms of presenting music, information, and broadcasting patterns.

The purpose of this study, in particular is to obtain a description of management strategies DCS FM radio programming and Moderato FM in attracting listeners in the city of Madiun. The method used was qualitative descriptive using constructivist paradigm. The concept operated as an analytical tool include planning (planning), organization (organization), implementation (actuating), and control (controlling). STPF concept used to be able to know the target audience while the SWOT analysis tool is used as the comparison of both radios.

DCS results in FM radio and FM Moderato show some similarities and comparative notes. That the DCS FM radio programming more advanced in comparison to FM radio due Moderato FM Radio DCS more priority to quality and its programming strategy is more structured than Moderato FM. The number of listeners that a lot and the entry of many advertisers who can become a benchmark of success of a radio

Key words: strategy management, radio programs, segmentation, DCS format FM Radio and FM Radio Moderato

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iv
HALAMAN BUKTI MELAKUKAN PENELITIAN	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
BAB I . PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	10
C. Tujuan penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Tinjauan Pustaka	12
F. Kerangka Teori	15
1. Strategi Manajemen Program Radio	16
2. Analisis Program Acara	21
Konsep STPF	22
3. Analisis SWOT	24
G. Metode Penelitian	27
1. Paradigma dan Jenis Penelitian	27

2. Waktu dan Lokasi Penelitian	28
3. Pemilihan Narasumber	28
4. Teknik Pengumpulan Data	29
5. Teknik Analisis Data	30
BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	32
A. Radio DCS FM Madiun	33
1. Sejarah Radio DCS FM	33
2. Visi dan Misi Radio DCS FM	34
3. Identitas Radio DCS FM	34
4. Struktur Organisasi	37
5. Job Deskriptor	38
6. SDM Radio DCS FM	42
7. Sarana dan Prasarana Radio DCS FM	43
B. Radio Moderato FM Madiun.....	44
1. Sejarah Radio DCS FM	44
2. Visi dan Misi Radio DCS FM	45
3. Identitas Radio DCS FM	46
4. Struktur Organisasi	48
5. Job Deskriptor	49
6. SDM Radio DCS FM	59
7. Sarana dan Prasarana Radio DCS FM	60
BAB III. TEMUAN & PEMBAHASAN	62
A. Strategi Manajemen Programming Radio DCS FM	62
1. Perencanaan (<i>Planning</i>)	63
2. Pengorganisasian (<i>organization</i>)	65
3. Pelaksanaan (<i>actuating</i>)	68
4. Pengawasan (<i>controlling</i>) dan Evaluasi	73

B. Analisis terhadap Program Acara Radio DCS FM	75
1. Format Musik	77
2. Format Informasi	80
3. Segmentasi Pendengar	81
4. Targetting Radio	86
5. Positioning	86
C. Strategi Manajemen Programming Radio Moderato FM	87
1. Perencanaan (<i>Planning</i>)	88
2. Pengorganisasian (<i>organization</i>)	90
3. Pelaksanaan (<i>actuating</i>)	93
4. Pengawasan (<i>controlling</i>) dan Evaluasi	99
D. Analisis Program Acara Radio Moderato FM	100
1. Format Musik	102
2. Format Informasi	103
3. Segmentasi Pendengar	104
4. Targetting Radio	109
5. Positioning	109
E. Analisis SWOT	111
BAB VI. PENUTUP	116
A. Kesimpulan	116
B. Keterbatasan Penelitian	17
C. Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	119

DAFTAR TABLE

Table 1.1 <i>Company profile</i> Radio <i>DCS FM</i> dan <i>Moderato FM</i>	8
Table 1.2 Struktur Organisasi Radio <i>DCS FM</i>	42
Tabel 1.3 Struktur Organisasi Radio <i>Moderato FM</i>	59
Tabel 1.4 Temuan dan Analisia <i>DCS FM</i>	64
Table 1.5 Program siaran Musik Radio <i>DCS FM</i>	78
Table 1.6 Program acara Informasi Radio <i>DCS FM</i>	81
Tabel 1.7 Temuan dan Analisia <i>Moderato FM</i>	90
Tabel 1.8 Program acara Musik Radio <i>Moderato FM</i>	103
Table 1.9 Program acara Informasi Radio <i>Moderato FM</i>	104
Tabel 2.0 Perbandingan SWOT Radio <i>DCS FM</i> dan <i>Moderato FM</i>	114



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Radio <i>DCS FM</i>	35
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Radio <i>DCS FM</i>	37
Gambar 2.3 Logo Radio <i>Moderato FM</i>	46
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Radio <i>Moderato FM</i>	48
Gambar 2.5 Alur Perencanaan Program <i>DCS FM</i>	64
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Divisi Programming <i>DCS FM</i>	66
Gambar 2.7 Alur ide program acara radio <i>DCS FM</i>	70
Gambar 2.8 Segmentasi berdasarkan Usia Radio <i>DCS FM</i>	82
Gambar 2.9 Segmentasi berdasarkan jenis kelamin Radio <i>DCS FM</i>	83
Gambar 3.0 Segmentasi Jenis pekerjaan Radio <i>DCS FM</i>	84
Gambar 3.1 Segmentasi Tingkat Pendidikan Radio <i>DCS FM</i>	84
Gambar 3.2 Segmentasi Status Ekonomi Sosial Radio <i>DCS FM</i>	85
Gambar 3.3 Alur Perencanaan Program <i>Moderato FM</i>	89
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Divisi Programming radio <i>Moderato FM</i>	92
Gambar 3.5 Alur ide program acara radio <i>Moderato FM</i>	95
Gambar 3.6 Segmentasi berdasarkan Usia Radio <i>Moderato FM</i>	105
Gambar 3.7 Segmentasi berdasarkan Jenis kelamin Radio <i>Moderato FM</i>	106
Gambar 3.8 Segmentasi Jenis pekerjaan <i>Moderato FM</i>	107
Gambar 3.9 Segmentasi Tingkat pendidikan <i>Moderato FM</i>	107
Gambar 4.0 Segmentasi Status Ekonomi Sosial Radio <i>Moderato FM</i>	108

DAFTAR LAMPIRAN

Interview Guide

Transkrip Wawancara

Data Radio DCS FM

Jadwal Program Acara Radio DCS FM

Jadwal Program Acara Moderato FM

Konsep Program Acara Moderato FM



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Radio adalah media yang akrab dengan pendengarnya. Tidak ada orang yang tidak mengenal radio. Para pendengar mereka adalah individu yang menyukai program atau gaya siaran penyiar yang membentuk ikatan emosional antara pelaku radio dan komunitasnya. Itulah kekuatan radio dibanding media massa lainnya. Kendati muncul media baru yang lebih beragam, namun radio tidak pernah ditinggalkan orang. Sebagai media hiburan, promosi dan informasi radio tetap menjadi pilihan masyarakat yang masih di gemari.

Radio siaran adalah salah satu jenis media komunikasi massa. Stasiun radio siaran diartikan sebagai organisasi atau badan yang mengelola penyiaran acara-acara dalam bentuk kata-kata, musik (suara), dan lain-lain ditujukan kepada khalayak, melalui sebuah media yang terpancar. Radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Radio adalah media yang bersifat *auditif*, sehingga komunikator lebih mudah menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik dan pendengar dapat menikmati acara yang disiarkan radio tanpa harus menyediakan waktu dan ruang yang sifatnya *eksklusif*.¹

Radio adalah sarana imajinasi komunikasi dan sahabat. Dijelaskan disini bahwa bagi pendengarnya radio adalah teman. Sarana komunikasi, sarana imajinasi, pemberi informasi. Radio adalah seorang sahabat, radio adalah media yang sifatnya pribadi.²

¹ Onong Uchajana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), halaman 9

² Theo Stokkink, *Penyiar Radio Profesional*, (Yogyakarta: Kanisius, 1997), halaman 9

Theo Stokkink mengatakan “Peran radio yang paling penting adalah sebagai alat untuk memproyeksikan identitas karena melalui identitas tersebut radio dapat menarik dan merangkul seorang pendengar”.³

Astrid S. Susanto mengemukakan radio adalah alat untuk menyampaikan pernyataan umum (informasi) yang auditif, melalui gelombang elektromagnet atau gelombang listrik frekuensi tinggi bekerja atas dasar prinsip getaran suara.⁴

Radio adalah institusi publik yang terbuka. Artinya, radio dapat dimiliki dan dioperasikan siapapun dari latar belakang pendidikan, social ekonomi dan kelompok masyarakat apapun.⁵

Banyak pengertian tentang radio namun pada dasarnya mempunyai pemahaman yang sama dengan mengatakan bahwa radio adalah suatu perangkat yang digunakan sebagai media komunikasi atau saling berhubungan antara individu dengan individu lainnya. Radio tidak bisa lepas dari kehidupan manusia. Dapat dipastikan bahwa sebagian besar manusia menggunakan radio sebagai alat komunikasi antar sesama mereka.

Peranan radio yang paling penting adalah sebagai alat untuk memproyeksikan identitas karena melalui identitas inilah radio dapat menarik dan merangkul seorang pendengar.⁶ Banyak sekali faktor yang memengaruhi identitas radio, suara, tingkah laku, perkenalan dengan pendengar, cara dia berbicara, dan apa yang dikatakannya. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi informasi, pendidikan, dan hiburan.⁷ Radio sebagai salah satu

³ *Ibid.*, halaman 153

⁴ Santoso, *Gelombang Kebebasan*, (Jakarta : Kantor Berita Radio 68H, 2006), halaman 12

⁵ Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, (Yogyakarta : Jendela, 2003), halaman 8

⁶ Theo Stokkink, 1997, *Penyiar Radio Profesional*, (Yogyakarta: Kanisius, 1997), halaman 153

⁷ Masduki, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, (Yogyakarta : Jendela, 2003), halaman 5

media massa yang mempunyai fungsi sebagai media pendidik, media informasi, dan media hiburan.⁸

Saat ini, masyarakat cenderung hanya menjadikan radio sebagai media hiburan. Kecenderungan ini tidak sehat bagi upaya membangun institusi komunikasi di Indonesia. Sebagai media massa, radio siaran diharapkan dapat menjalankan fungsinya secara sesuai. Dalam kerangka yang sehat, seharusnya fungsi informasi dan hiburan harus seimbang. Berapa pun besarnya jumlah khalayak yang bisa dijangkaunya. Jika radio siaran swasta hanya dijadikan sebagai sumber hiburan, potensinya sebagai media massa tidak dapat dikembangkan sepenuhnya. Dan masyarakat sendiri, terutama di kota besar, kebutuhan informasi masyarakat kota tidak bisa dipenuhi oleh media radio siaran yang motivasinya atas informasi faktual yang aktual sangat tinggi, tidak dapat dipenuhi oleh radio siaran .

Salah satu bentuk media massa yang mempunyai potensi besar dalam memperlancar komunikasi adalah radio. Radio lebih dinamis dari surat kabar, dan kini telah merupakan media komunikasi massa yang penting. Pada hakekatnya radio merupakan alat komunikasi massa dengan saluran pernyataan manusia yang umum atau terbuka dan menyalurkan program-program yang teratur, yang isinya hiburan dan memenuhi kebutuhan pendengarnya.

Radio memiliki fungsi sama dengan media massa lainnya, yaitu menginformasikan, menghibur, melakukan kontrol sosial dan lain-lain. Setiap program siaran direncanakan diproduksi dan disajikan kepada khalayak pendengar dengan isi pesan bersifat informatif, edukatif dan persuasif.

Radio siaran komersial lokal merupakan salah satu bentuk media yang berkembang di Indonesia saat ini. Dengan banyaknya radio siaran swasta lokal

⁸ Moeryanto Munthe, *Media Komunikasi Radio*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), halaman

yang hadir di Indonesia, membuat persaingan antar media radio semakin bertambah. Persaingan antar sesama media radio adalah memperebutkan audien dan pengiklan. Kondisi persaingan tersebut memunculkan rasa ingin tahu tentang bagaimana sebuah radio menerapkan strategi manajemen.

Meningkatnya radio komersial di daerah tidak terlepas dari perubahan dalam masyarakat. Pada mulanya kehadiran radio di Indonesia terbentuk dari eksperimen elektronik dari kelompok-kelompok amatir. Di pandang dari dua segi berdirinya Radio swasta yaitu dari segi sarana hobby dan sebagai institusi sosial. Sebagai sarana hobby, kehadirannya hanya untuk memenuhi fungsi psikologis bagi penggunanya, karenanya tidak perlu dibebani dengan fungsi sosial. Sebaliknya sebagai institusi sosial, kehadirannya dilekati dengan fungsi yang harus dijalankannya dalam sistem sosial.

Radio komersial memiliki format siaran yang disesuaikan dengan sasaran pendengarnya. Dengan format program yang lebih banyak menyajikan hiburan seperti musik yang akan membawa pendengarnya ke dunia khayalan, dan informasi yang berisikan berita atau informasi disekitar lingkungan. Format siaran bisa diartikan sebagai bentuk kepribadian suatu stasiun penyiaran radio dan dijabarkan dalam program siarannya. Format siaran merupakan strategi yang harus dimiliki stasiun radio agar pendengar tidak berpindah pada gelombang lain. Dengan format siaran, radio dapat menentukan program-program yang akan disiarkan. Penerapan format stasiun terkait dengan kebijakan penyelenggaraan siaran yang cenderung *segmented*. Sebab setiap format *station* memiliki karakteristik tersendiri dalam hal sajian musik, informasi, maupun pola *announcing*.

Dalam penelitian ini peneliti memilih objek Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* karena kedua radio tersebut berdasarkan data *AC. Nielsen* lebih banyak pendengarnya dibandingkan dengan radio swasta lain di kota Madiun. Kedua radio tersebut menyajikan program acara yang menarik dan mempunyai

banyak penggemar di kota Madiun. Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* mempunyai strategi manajemen *programming* dalam menarik pendengar dan mempunyai karakteristik menyajikan program acara yang menarik untuk diteliti.

Karakteristik tidak hanya dari segi penyajian acara, tetapi termasuk sasaran pendengar yang dituju oleh stasiun radio yang bersangkutan. Radio harus memiliki sasaran pendengar yang jelas, sehingga pendengar dapat menjadikan stasiun radio tersebut stasiun radio pilihan. Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* sebagai radio komersial memiliki program siaran sendiri. Program siaran terdiri dari program informasi lingkungan kota Madiun, program siaran pendidikan, dan acara hiburan berupa musik. Sebagai media hiburan radio juga memberikan program siaran yang menarik. Program siaran yang mampu memenuhi kebutuhan dan sesuai target pendengar merupakan bagian yang terpenting dalam bisnis penyiaran radio. Dalam perspektif ekonomi, pendengar adalah konsumen produk siaran.⁹ Apabila radio tersebut berhasil meraih jumlah pendengar yang besar dan pendengar tersebut sesuai dengan karakteristik yang diinginkan oleh pengiklan, maka dapat dipastikan radio itu akan menarik bagi pengiklan di radio. Dengan data jumlah pendengar yang dimiliki radio penyiaran tersebut, pengiklan akan bisa menghitung efisiensi dan efektifitas menggunakan radio sebagai sarana promosi.¹⁰

Sehingga radio tersebut akan mendapat keuntungan finansial yang besar dari biaya penayangan iklan. Merancang sebuah program siaran atau acara radio juga tidak boleh asal-asalan atau mengikuti tren program siaran yang sedang digemari oleh pendengar radio. Departemen program atau bagian produksi program siaran harus memahami kebutuhan pendengar dalam rangka merancang program siaran yang efektif. Program-program siaran radio yang

⁹ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional* (Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS, 2004), halaman 18.

¹⁰ “Pilih Mana? Pendengar atau Pengiklan”, (2010), <http://radioclinic.com/2008/07/26/pilih-mana-pendengar-atau-pengiklan/>, (akses 14 Februari 2011, pukul 08.25).

dibuat tanpa pertimbangan segmentasi atau format yang sesuai dengan radio yang bersangkutan justru akan membuat pendengar dan pengiklan akan merasa kurang nyaman dan tidak merasa terwakili kepentingannya.

Keberlangsungan radio komersial tak lepas dengan adanya pengiklan yang melakukan pemasukan dan dari aspek komersialnya. Semakin banyak iklan yang masuk akan mempengaruhi kualitas pemrograman radio. Iklan adalah komunikasi massa antara produsen dengan pelanggan potensial, melalui media massa seperti ; televisi, koran, radio, dll. Fungsi iklan di radio adalah untuk memberikan kesadaran akan produk yang ditawarkan, meningkatkan kredibilitas produk, memotivasi pelanggan untuk mencari produk atau mengingat kembali produk tersebut, meyakinkan pembeli, dan lain sebagainya. Besar kecilnya penjualan iklan radio tergantung jumlah pendengarnya. Iklan di media radio menjadi alternatif pilihan yang menarik, disamping jangkauannya luas juga ada unsur hiburan yang sangat mendukung keberadaan jumlah pendengarnya.

Stasiun radio komersial adalah perusahaan yang hidup matinya ditentukan oleh pemasukan iklan, berdasarkan UU 32 tentang Penyiaran tahun 2002 pasal 19. Sumber utama pendapatan dari iklan, maka radio komersial sepenuhnya harus menghidupi dirinya dari pendapatan iklan. Sampai sekarang motivasi tenaga kerja yang masuk ke perusahaan radio komersial mungkin masih bercampur untuk memenuhi hobi. Radio dituntut untuk lebih profesional, dengan sendirinya perusahaan-perusahaan radio harus mengubah pola dan struktur *overhead costnya*, dengan menyediakan gaji yang lebih bersaing dengan perusahaan industrial lain. Dalam menghadapi perkembangan media radio di Madiun sebaiknya bertolak dari analisis demografis dan geografis. Seberapa banyak jumlah stasiun radio agar sesuai untuk kebutuhan masyarakat di Madiun, perlu dilihat dari kepadatan penduduk, ciri sosiografis (usia, status

sosial dan ekonomi) yang relevan bagi pemasang iklan.¹¹

Terdapat sebelas radio di Madiun 3 radio AM dan 8 radio FM. Radio berfrekuensi AM yaitu Radio Republik Indonesia (RRI Pro-1) 1008 kHz 10 kW, Radio Siaran Gabriel 1260 kHz, RKPD Madiun 1485 kHz 0.5 kW dan yang berfrekuensi FM adalah Radio Suara Madiun (Radio Pemerintah Kota Madiun) 91.6 MHz, Radio Swara Wijaya Kusuma (Wijaya Kusuma FM) 93.8 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI pro 1) 96.3 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI Pro-1) 99.7 MHz, Radio Duta Cakrawala Serasi (DCS FM) 100.5 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI Pro-3) 104.0 MHz, Radio Republik Indonesia (RRI Pro-2, Madya FM) 106.4 MHz, Radio Siaran Moderato (Moderato FM) 107.2 MHz. Banyak stasiun radio mengudara di kota Madiun, khalayak sasaran radio siaran di Madiun adalah pendengar yang berada dalam wilayah geografis setempat dan tidak menutup kemungkinan menjadikan masyarakat di luar Madiun yang terjangkau siarannya sebagai khalayak sasaran. Dengan demikian untuk strategi pemrograman radio siaran perlu mengidentifikasi kompetitor yang berasal dari kota Madiun, maupun radio siaran dari luar kota Madiun yang siarannya terjangkau oleh masyarakat Madiun. Tak lupa tentunya identifikasi kompetitor sesama stasiun yang berada di Madiun. Dalam Undang-Undang Penyiaran Pasal 20 telah diatur cakupan siaran Lembaga Penyiaran Swasta jasa penyiaran radio dan jasa penyiaran televisi yang masing-masing hanya dapat menyelenggarakan 1 (satu) siaran dengan 1 (satu) saluran siaran pada 1 (satu) cakupan wilayah siaran.

Diantara Radio yang terdapat di Madiun ada dua radio yang menjadi favorit pendengar di kota Madiun. Radio tersebut adalah Radio Duta Cakrawala Serasi (DCS) FM dan Moderato FM yang menjadi radio terfavorit pendengar di Kota Madiun. Radio DCS dan Moderato memiliki karakteristik yang sama. Peneliti tertarik untuk meneliti kedua radio ini adalah peneliti ingin

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran

memperkenalkan Radio DCS FM dan Moderato FM secara manajemen programingnya yang tidak kalah dengan radio yang ada di kota-kota besar meskipun Madiun kota kecil akan tetapi peminat pendengar radio dan cara memproduksi programnya sama seperti radio di kota-kota besar. Kedua radio ini adalah radio favorit di Kota Madiun sehingga peneliti memilih kedua radio ini dalam objek penelitiannya. Radio DCS FM dan Moderato FM memiliki *Company Profile* sebagai berikut :

Keterangan	Radio DCS FM	Radio Moderato FM
Nama Perusahaan	PT. Radio Duta Cakrawala Serasi FM	PT. Radio Moderato FM
Format siaran :	<i>Musik and News</i>	Musik dan Informasi
a. Format siaran Kata	Komunikatif, interaktif	Komunikatif dan interaktif
b. Format siaran Musik	Mancanegara 40%, Indonesia 30%, Dangdut 30 %	Pop Indo dan Dangdut 50%, Manca Negara 35%, daerah 15%
Segmentasi	<i>All Genre</i>	Pelajar dan Mahasiswa
Target Pendengar:		
Jenis Kelamin	Pria 48%, Wanita 52%	Perempuan 60% Laki-laki 40%
Usia	15-40 tahun	20-55 tahun
Pekerjaan	Pelajar, Mahasiswa, Wiraswasta, Karyawan, Ibu	Pelajar, Mahasiswa, Entrepreneur, Pengusaha, Ibu

	Rumah Tangga, Profesional	Rumah Tangga
Tingkat Pendidikan	SMA, Sarjana, SD, SMP	Pelajar dan Mahasiswa

Table 1.1

(Sumber *Company Profile* Radio DCS FM dan Moderato FM)

Perlakuan stasiun radio terhadap pendengar yang mempunyai karakteristik spontan, pasif, selektif, dan aktif, baik dalam penyajian acara maupun strategi komunikasi interaktifnya. Dari segi tujuan pragmatis bagi radio komersial, amat penting untuk membentuk pendengar aktif sebagai modal utama mereka bernegosiasi dengan pengiklan. Bagi radio nonkomersial, yang terpenting adalah terbentuknya pencerahan internal dari pendengar baik aktif, pasif, spontan, maupun selektif setelah menyimak acara siaran. Pentingnya mengetahui tipologi pendengar terkait erat dengan perencanaan pendirian radio atau penyajian sebuah acara. Pada peta kompetisi yang makin ketat antar radio siaran, pemahaman pendengar dalam berbagai lapis social dan disiplin akademis sangat menentukan sukses-tidaknya radio.

Dugaan sementara dalam penelitian ini adalah kedua radio memiliki program acara yang bersegmentasi sama dan dapat menarik pendengarnya di kota Madiun. Sehingga menyebabkan persaingan diantara kedua radio tersebut dalam menarik pendengar (audiens) adalah dengan membuat program acara yang saat ini digemari oleh pendengar. Kedua Radio berusaha memberikan sajian program acara yang menarik dan sesuai dengan STPF masing-masing radio.

B. Rumusan Masalah

Radio merupakan media komunikasi massa yang didengar oleh beragam masyarakat. Informasi yang disampaikan melalui radio bersifat auditif. Persaingan dan daya tarik antar stasiun radio komersial dalam merencanakan program acaranya dalam memenuhi kebutuhan pendengar yang sering berbeda-beda tingkat target sasaran yang akan dibidiknya. Oleh karena itu rumusan pertanyaan penelitian ini adalah:

1. “Bagaimana strategi manajemen *programming* yang dilakukan Radio DCS FM dan Moderato FM dalam memenuhi kebutuhan pendengar di kota Madiun?”
2. “Sejauh mana analisis SWOT dan STPF pada Radio DCS FM dan Moderato FM dalam memenuhi kebutuhan pendengarnya di kota Madiun?”

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen programming radio yang dilakukan Radio DCS FM dan Moderato FM dalam membidik dan memenuhi kebutuhan pendengar.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji analisis SWOT dan STPF pada Radio DCS FM dan Moderato FM dalam memenuhi kebutuhan pendengar dan mempertahankannya.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian teoritik di bidang manajemen program siaran radio.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai referensi bagi peneliti lebih lanjut, khususnya oleh masyarakat ilmiah atau civitas akademik.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi lembaga yang diteliti sebagai landasan kebijakan untuk meningkatkan lagi kualitas siaran dan mempertahankannya.
2. Penelitian ini di harapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat luas sebagai referensi dan dapat menambah wawasan pengetahuan tentang manajemen produksi siaran radio.

E. Tinjauan pustaka

Sejauh penelusuran data oleh penulis, penelitian tentang strategi manajemen program acara di Radio DCS FM dan Moderato FM dalam menarik pangsa pasar pendengar di kota Madiun belum pernah ada yang meneliti. Adapun penelitian lain yang membahas mengenai permasalahan serupa dengan peneliti, yaitu penelitian yang pernah dilakukan oleh Andrini Prima Retnanningtyas 05331070 Mahasiswi Ilmu Komunikasi UII pada Juni 2010 dalam penelitian ini membahas tentang Manajemen Programming Radio Daerah Bermuatan Dakwah (Studi Komparasi Radio Kotaperak Yogyakarta dan Radio Persatuan Bantul) Dalam penelitian ini mengkaji manajemen Programming Radio Daerah bermuatan Dakwah. Sebagai radio dakwah Radio Persatuan Bantul dapat diketahui dari program acara harian. Program acara untuk dakwah agama Islam meliputi penayangan lagu-lagu Islami. Dakwah ceramah yang kadang-kadang disiarkan secara langsung maupun siaran melalui rekaman dan relay dari RRI Yogyakarta. Materi dakwah Radio Kotaperak Yogyakarta meliputi 1) Masalah Aqidah, 2) Masalah ibadah, 3) Masalah akhlaka, 4) Masalah Syari'at dan 5) Masalah Muamalah. Sedangkan materi dakwah Radio Persatuan Bantul meliputi Kajian Al-Qur'an, Kajian Al- Hadist, Kajian Umum, Pelajaran Membaca Al-Qur'an dan Kajian Kitab-kitab terdahulu. Kemudian terdapat penelitian yang membahas tentang Strategi

Pemasaran Program Radio Swasta Niaga di Yogyakarta (Studi Komparatif Strategi Pemasaran Program Radio GCD FM dan Radio Handayani FM) oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi UII Septa Asamara Yoga 05331093 Juli 2010 dalam penelitain ini membahas tentang Radio GCD FM didominasi oleh siaran berita (*all news*) yang di *relay* dari RRI format musik yang didominasi oleh radio GCD FM adalah *adult contemporary* dan *contemporary hits radio*. Format khusus yang dipakai radio radio GCD FM dapat dilihat dari program yang bertajuk *talk show*, *variety show*, *full music*, *request music*, dan *music up-date*. Radio GCD FM mengambil segmentasi menengah kebawah dengan target pendengar meliputi semua golongan. Radio Handayani FM mengusung tiga jenis format stasiun di dalam menjalankan programnya. Format berita radio Handayani didominasi oleh siaran berita (*all news*) yang merupakan program *relay* dari Retjo Buntung Yogyakarta, format music yang dipakai oleh Radio Handayani FM adalah *adult contemporary* dan *contemporary hits radio*. Format acara khusus yang ada pada radio handayani adalah *talk show* yang menggunakan bahasa jawa. Bersegmentasi menengah kebawah dengan alasan geografis.

Dari penjabaran tersebut, terdapat perbedaan antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah, pada penelitian pertama Manajemen Pemrograman stasiun televisi lokal dalam penyiaran Kebudayaan daerah (studi Komparatif Jogja TV dengan RB TV), pada penelitian kedua Manajemen Programming Radio Daerah Bermuatan Dakwah (Studi Komparasi Radio Kotaperak Yogyakarta dan Radio Persatuan Bantul), dan penelitian ke tiga adalah Strategi Pemasaran Program Radio Swasta Niaga di Yogyakarta (Studi Komparatif Strategi Pemasaran Program Radio GCD FM dan Radio Handayani FM). Sedangkan pada penelitian yang ingin diteliti oleh penulis membahas mengenai Strategi Manajemen Program Acara pada Radio DCS FM dan Moderato FM dalam membidik pendengar

nya di kota Madiun. Mempunyai perbedaan topik dan objek penelitian dengan penelitian terdahulu, persamaanya adalah dalam penyajian atau metode yang digunakan peneliti dalam menganalisis masalah yang diteliti.

F. Kerangka Teori

Media radio siaran dalam perkembangannya saat ini telah mereposisi fungsi dan peran siarannya yaitu pada masa orde baru cenderung sebagai alat penguasa dan pada era reformasi tampaknya kecenderungan mengarah kepada media menampung aspirasi masyarakat dalam menyimak hiburan semata. Disisi lain proses perundangan dengan hapusnya Departemen Penerangan tampaknya tidak kunjung tuntas, hingga pemilihan presiden secara langsung menyebabkan munculnya radio-radio siaran baru, tanpa dapat dibendung bahkan beberapa tanpa ijin tapi tetap melakukan siarannya.

Perkembangan radio komersial di Indonesia, khususnya di kota Madiun dapat dikatakan luar biasa akhir-akhir ini. Semua itu tentu tak lepas dari disahkannya Undang-undang No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran yang membawa pengakuan secara resmi terhadap sebuah media yang tumbuh di kalangan masyarakat.

Programming adalah penyatuan atau penyusunan acara siaran radio untuk dipertunjukan atau disiarkan. *Programming* sangat dibutuhkan untuk mengemas acara agar dapat menarik perhatian pendengar. Dalam persaingan radio, dibutuhkan ide-ide kreatif dalam bentuk penyajian ataupun dalam membawakan acara tersebut.

Programming merupakan salah satu aktivitas penyiaran yang khusus mengelola program siaran. Aktivitas *programming* ini meliputi perencanaan program siaran, produksi program siaran, menyusun waktu tayang program siaran serta aktivitas pengawasan dan evaluasi program siaran. Melalui aktivitas *programming* yang dikelola dengan baik, selain akan menghasilkan program-

program siaran yang bermutu juga akan mengurangi resiko kesalahan dalam menyusun waktu tayang program sesuai dengan kebiasaan sehari-hari pendengar yang menjadi sasaran utama stasiun penyiaran radio tersebut.

1. Strategi Manajemen Program Radio

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik sosialnya.¹²

Manajemen merupakan suatu proses yang khas terdiri dari tindakan-tindakan perencanaan, pengorganisasian, menggerakkan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan serta mencapai sasaran-sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya. Proses adalah suatu cara yang sistematis untuk melakukan sesuatu. Menurut Terry dalam Winardi mengklasifikasikan fungsi-fungsi manajemen sebagai berikut:¹³

1. Perencanaan (*Planning*) adalah tindakan pemilihan fakta dan usaha menghubungkannya, pembuatan dan penggunaan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang, menggambarkan serta merumuskan aktivitas-aktivitas yang diusulkan untuk mencapai hasil yang diinginkan.
2. Pengorganisasian (*Organizing*) berarti penentuan, pengelompokan serta pengaturan berbagai macam aktivitas yang dianggap perlu untuk mencapai tujuan dan menyuruh orang melaksanakan aktivitas-aktivitas tersebut.

¹² Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), halaman 300

¹³ Terry, GR, (Alih Bahasa:Ec. Winardi). *Azas-Azas Manajemen*. (Bandung: Alumni, 1986), halaman 100

3. Pelaksanaan (*Actuating*) berarti tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota organisasi berusaha mencapai sasaran, sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha organisasi. Pelaksanaan dalam organisasi penyiaran menurut Wahyudi terdiri dari: (a) Perencanaan pemrograman (*planning programming*); (b) Produksi (*producing*); (c) Siaran (*broadcasting*).¹⁴ Teori Winardi ini di kuatkan oleh Darwanto dalam Manajemen Programa dan Programa Siaran bahwa dari pelaksanaan (*actuating*) mempunyai proses pelaksanaan dari dana, sarana, prasarana, dan SDM yang penting. Adapun pelaksanaannya dilakukan 3 tahap dianalisis dari teori Darwanto sebagai berikut:

a. Perencanaan *Programming*

Program radio adalah rangkaian acara radio sepanjang hari. Pemrograman adalah program-program yang disusun atas dasar pola mosaik menurut ketepatan waktu pemirsa dan kondisi objektif (tepat lingkungan) serta program itu sendiri dirakit secara taat azas dan berkesinambungan serta memenuhi syarat untuk ditayangkan kepada khalayak.¹⁵

b. Produksi Siaran Radio

Dalam proses produksi siaran, yang dilakukan oleh radio komersial meliputi produksi program siaran, produksi berita, dan produksi siaran lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan siaran. Proses produksi siaran tersebut dilakukan oleh bagian produksi siaran. Dalam penyelenggaraan produksi siaran, radio komersial tetap membutuhkan orang-orang seperti, (1) penyiar (2) peralatan (3) naskah (4) rancangan program (5) waktu.

Radio Siaran tidak hanya menyiarkan program hiburan atau hanya menyiarkan program musik saja. Radio komersil juga akan mempunyai

¹⁴ J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 1994), halaman 45.

¹⁵ Darwanto, *Manajemen Programa dan Program Siaran*, Japan Internatioan Cooperation Agency (JICA), (Yogyakarta : Multi Media Training Centre, 1993), halaman 48.

program acara berita atau informasi untuk pendengarnya. Radio adalah media pendidik bagi pendengarnya yang menyiarkan informasi dari dalam negeri dan luar negeri. Menurut Darwanto Sastro proses produksi baik televisi maupun radio melalui empat tahap yaitu *Pre Production Planning*, *Set Up and Rehearshal*, *Production*, dan *Post Production*.¹⁶

Dalam mencari, menyeleksi dan mengolah informasi menjadi suatu berita harus melalui prosedur yang ada. Pada dasarnya proses pengolahan berita mengikuti prosedur yang dinamakan SOP (*Standart Operation Procedure*), dengan empat tahapan sebagai berikut:¹⁷

1. *Pre Production Planning*

Adalah tahapan perencanaan yang merupakan awal dari seluruh kegiatan dalam proses produksi. Tahap perencanaan yang dimulai dengan timbulnya gagasan (*ide*) yang menjadi tanggung jawab seorang produser. Jika semuanya sudah memenuhi syarat maka produser menyelenggarakan *planning meeting* untuk mendapatkan berbagai masukan tentang program acara yang diproduksi.

2. *Set Up and Rehearshal*

Set up adalah tahapan yang bersifat teknis yang dilakukan oleh anggota inti yang akan terlibat dalam proses produksi. Sedangkan *Rehearshal* adalah tahapan bagi para anggota yang akan mengoperasikan peralatan selama proses produksi berlangsung.

3. *Production*

Tahap ini untuk mengubah naskah tertulis menjadi bentuk auditif. Pada tahap ini dilakukan sepenuhnya di dalam radio. Beberapa cara pelaksanaan sebuah produksi :

¹⁶ Subroto Sastro Darwanto, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta : Duta Wacana Press, 1994), halaman 157.

¹⁷ *Ibid.*, halaman 157.

- a. Produksi sekaligus jadi. Dalam proses produksi sekaligus jadi bahan secara langsung produksi ini biasanya dilakukan di studio maupun luar studio.
- b. Dari hasil produksi beberapa liputan maupun hasil yang sudah disediakan masih acak-acakan sehingga memerlukan proses penyelesaian lebih lanjut.

4. *Post Production*

Adalah tahap terakhir dimana dilakukan penyelesaian dan penyempurnaan atas hasil produksi yang telah diperoleh. Penyelesaian dan penyempurnaan tersebut antara lain melakukan editing suara, pengisian narasi, pengisian *sound effect* dan ilustrasi. Dalam tahap ini dilakukan evaluasi acara yang telah dinyatakan selesai masih harus dilakukan perbaikan-perbaikan.

c. Proses Siaran Radio

Proses siaran adalah tahap radio komersial menyiarkan program siaran yang telah siap. Proses siaran dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Hasil proses siaran radio tersebut berupa siaran langsung yang langsung disiarkan. Hasil dan proses siaran ini adalah *out put* berupa program siaran yang hingga sekarang masih berjalan sebagai program yang disiarkan oleh stasiun radio.

4. Pengawasan (*Controlling*) merupakan proses untuk menentukan apa yang akan dilaksanakan, sedang dilaksanakan, mengevaluasi pelaksanaan dan bila perlu menerapkan tindakan korektif sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana.

Jadi program terdiri dari program-program yang disusun atas dasar pola “mosaik” menurut ketepatan waktu pemirsa dan kondisi objektif (tepat lingkungan) serta program-program itu sendiri dirakit secara taat asas dan berkesinambungan serta memenuhi syarat untuk ditayangkan kepada khalayak.¹⁸

Keberhasilan organisasi penyiaran seperti radio dapat dilihat dari berhasil atau tidaknya menciptakan program-program siaran yang menarik sehingga mampu memikat pendengar. Stasiun radio dewasa ini pada umumnya telah membuat atau memproduksi sendiri program siarannya. Program siaran adalah bentuk dari produksi yang mengandung cerita dan isi dari siaran yang dihasilkan oleh radio. Memproduksi program siaran sangat membutuhkan kejelian dan kreativitas dari orang-orang yang terlibat di dalamnya, karena program siaran merupakan produk utama yang dijual kepada pendengar. Orang yang bertugas mengelola bagian program di stasiun radio disebut *programmer*. Bagian program terdiri atas manajer program dibantu beberapa staf. Bagian ini memiliki tanggung jawab untuk merencanakan program siaran atau acara apa saja yang akan disajikan kepada khalayak selama satu periode tertentu.

Aktivitas yang dilakukan oleh bagian program sering juga disebut sebagai aktivitas mengelola program siaran atau *programming*. Manajer program yang memiliki kedudukan strategis harus memperhatikan beberapa aspek manajemen dalam program siaran. Hal ini diperlukan agar aktivitas *programming* dapat berjalan baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

Programming adalah penyatuan atau penyusunan acara siaran radio untuk dipertunjukkan atau disiarkan. *Programming* sangat dibutuhkan untuk mengemas acara agar dapat menarik perhatian pendengar. Dalam persaingan

¹⁸ Darwanto, *Manajemen Program dan Program Siaran*, Japan Internatioan Cooperation Agency (JICA), (Yogyakarta : Multi Media Training Centre, 1993), halaman 48.

radio, dibutuhkan ide-ide kreatif dalam bentuk penyajian ataupun dalam membawakan acara tersebut.

Programming memainkan peranan yang sangat penting di stasiun radio. Dari penjelasan dapat dipahami bahwa disetiap stasiun radio haruslah mempunyai format yang jelas. Format stasiun dapat menjadi ciri khas bagi stasiun yang bersangkutan. Secara langsung format radio akan menentukan khalayaknya (siapa pendengar dan siapa pengiklan).

2. Analisis Program Acara Radio

Perkembangan Stasiun Radio yang semakin pesat termasuk jumlah radio yang dapat dinikmati khalayak membuat persaingan ketat antar stasiun radio dalam hal merebut khalayak yang menjadi pendengarnya. Radio siaran dalam menciptakan identitasnya, ditentukan oleh format yang dipilihnya. Seperti yang dikemukakan oleh Masduki bahwa “Format bukan hanya sekedar musik tetapi merupakan formulasi dari produksi personalitas siaran dan program siaran.” Dan porsi masing-masing sebuah format ditentukan oleh keputusan pengelola. Dalam menentukan format ini pengelola harus melakukan analisis tepat mengenai tingkat kompetisi pasar dan khalayak sasaran yang diinginkan. Pemilihan format yang tepat akan dapat menentukan khalayak.¹⁹

Menurut Pringle-Starr-McCavitt menjelaskan format bahwa: “*the programming of most stations is dominated by one principal content element or sound, known as format*” yang artinya program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format, Morissan.²⁰ Adapun tujuan penentuan format siaran adalah untuk

¹⁹ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*. (Yogyakarta : LKiS, 2004), halaman 36.

²⁰ Pringle, Starr, McCavitt, *Electronic Media Management* (Second Edition) (Boston-London: Focal Press, 1991), dalam Morissan, *Manajemen Media Penyiaran* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), halaman 220.

memenuhi dan menentukan sasaran pendengar dengan lebih spesifik dan sebagai langkah untuk menghadapi persaingan dengan media massa yang memiliki format serupa dalam rangka meraih pendengar. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, antara lain aspek demografis seperti kelompok umur, profesi atau jenis kelamin.

Menurut Pringle-Starr-McCavitt seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu: format musik, format informasi dan format khusus (*specialty*). Format musik merupakan format yang paling umum digunakan oleh hampir seluruh stasiun radio komersial. Format musik terbagi menjadi beberapa jenis yaitu: *adult contemporary*, *album oriented rock*, *beautiful music*, *classical*, *contemporary hit radio*, *classic rock*, *country*, *jazz*, *middle of road*, *oldies* dan *urban contemporary*.

Format yang kedua yaitu Format informasi yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu: dominasi berita (*all news*). Format *all news* terdiri atas berita lokal, regional, nasional, internasional, laporan *feature*, analisis, komentar dan editorial. Target audien format ini adalah pendengar dengan rentang usia antara 25 hingga 54 tahun dengan tingkat pendidikan yang baik. Format informasi yang berikutnya adalah dominasi perbincangan (*all talk*) dan kombinasi dari dua format yaitu: *news talk* atau *talk news*. Sedangkan format khusus (*specialty*) adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan etnik dan agama.

a. Konsep STPF (*Segmentasi – Targeting – Positioning – Formating*)

Secara regular tidak terbatas dalam mendengarkan siaran radio, apapun, dimanapun dan aktif berinteraksi melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang.

Data pendengar biasanya diklasifikasikan menurut tiga pendekatan. Pertama, demografi. Kedua, geografi. Ketiga, psikografi. Dari pengkajian ketiga disiplin akademis ini kemudian dapat ditentukan tiga strategi dalam kebijakan pengelolaan radio siaran yaitu:²¹

1. *Segmenting*, yakni proses membagi-bagi atau mengelompokkan pendengar dalam kotak-kotak psikografis-sosiografis yang lebih homogen. Upaya membantu pemrograman agar mengetahui kebutuhan-kebutuhan pendengar. Sehingga stasiun radio dapat mengekspresikan kreativitas dengan membuat program acara semenarik mungkin. Pendengar memiliki banyak pilihan saluran dan banyak pilihan program acara. Karenanya setiap stasiun radio harus benar – benar menyusun suatu program acara yang berbeda dengan stasiun radio lain untuk memenangkan persaingan pendengar.
2. *Targetting*, yakni proses menyeleksi, memilih dan menjangkau potensi pendengar melalui program siaran yang tepat. Produk dari *targetting* adalah *target market* (pasar sasaran), yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan – kegiatan pemasaran. *Targetting* mempunyai dua fungsi sekaligus yaitu menyeleksi pasar sasaran sesuai dengan kriteria – kriteria tertentu dan menjangkau pasar sasaran tersebut untuk mengkonsumsi nilai.
3. *Positioning*, yakni strategi memasuki jendela otak pendengar dan strategi komunikasi, pembentukan citra produk siaran di benak pendengar. Pendengar adalah konsumen sekaligus komoditas. *Positioning* adalah cara memasar untuk menanamkan citra, persepsi, dan imajinasi atas produk yang ditawarkan kepada konsumen melalui proses komunikasi. *Positioning* berkaitan erat dengan bagaimana memainkan komunikasi agar dalam benak

²¹ Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targetting, Positioning*. Jakarta: Gramedia (hal 415)

konsumen tertanam suatu citra/image tertentu. *Positioning* penting dilakukan untuk menanamkan keunggulan produk kita. Dalam hal ini stasiun radio terhadap stasiun radio lain atau dengan kata lain menciptakan citra pembeda antara radio yang satu dengan yang lainnya. Apa yang dapat ditanamkan dipikiran pendengar bagi sebuah stasiun radio adalah identitas. Identitas yang dapat mengingatkan pendengar kepada sebuah stasiun radio.

4. *Formatting*, yakni penetapan format siaran yang sekaligus menjadi identitas citra yang membedakan dengan siaran radio lain. Identitas atau citra yang dimiliki akan menentukan *positioning* yang dijalankan oleh strategi pemrograman radio tersebut. *Formatting* penting karena menjadikan pribadi stasiun penyiaran radio tersebut dimaksimalkan untuk menarik stasiun radio membentuk formatnya memberikan demografi yang benar seperti yang diharapkan misalnya; usia, jenis kelamin, dan status sosial ekonomi. Format menjadi sangat tepat untuk menentukan program yang disajikan. Stasiun radio dalam memilih dan menetapkan format radionya dilaksanakan setelah melakukan suatu analisis, baik eksternal maupun internal. Format stasiun radio diwujudkan dalam bentuk prinsip – prinsip dasar. Diantaranya untuk apa, siapa, dan bagaimana sebuah olahan siaran di radio sehingga sebuah acara dikomunikasikan kepada pendengar.

3. Analisis SWOT

Pemrograman acara di analisis dengan menggunakan analisis SWOT yakni analisis yang menggunakan metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Metode ini paling sering digunakan dalam metode

evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah.²²

Empat faktor yang terdapat pada SWOT yaitu ;

a. *Strengths* (kekuatan)

Merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kekuatan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

Kekuatan analisa ini terdapat pada stasiun radio yaitu;

- 1) Modal yang kuat
- 2) Peralatan yang baik dan berstandar broadcasting
- 3) Sumber Daya Manusia yang cukup dan berkualitas
- 4) Lokasi Studio yang strategis

b. *Weakness* (kelemahan)

Merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi, proyek atau konsep bisnis yang ada. Kelemahan yang dianalisis merupakan faktor yang terdapat dalam tubuh organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

- 1) Kurangnya SDM khusus untuk kegiatan off air ataupun pemrograman acara pada radio. Biasanya stasiun radio menggunakan SDM dari bagian lain yang dirasa berkompeten, sehingga menimbulkan *over job*.
- 2) Kegiatan *off air* dan acara program tertentu yang bersifat sementara di Radio tidak dapat dipastikan setiap bulan selalu ada baik disponsori maupun dibiayai sendiri.

c. *Opportunities* (peluang)

²² Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2006).

Merupakan kondisi peluang berkembang di masa datang yang terjadi. Kondisi yang terjadi merupakan peluang dari luar organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri. misalnya kompetitor, kebijakan pemerintah, kondisi lingkungan sekitar.

- 1) Kegiatan *off air* sebagai kegiatan dari program acara radio memiliki peluang untuk dikembangkan dan untuk mendukung program on airnya. Peluang kegiatan *off air* duntuk eksis di luar dapat dikatakan cukup besar, karena Radio komersial memiliki mitra bisnis yang banyak dan beragam untuk bekerja sama membuat kegiatan *off air* atau *event*.
- 2) Kebijakan Pemerintah Daerah dalam penyiaran Radio di kota Madiun. Mempengaruhi hak siar dan ijin siaran memiliki frekuensi untuk stasiun radionya.
- 3) Pembatasan jumlah radio komersial di kota Madiun.
- 4) Peluang iklan-iklan yang besar untuk radio yang memiliki proses manajemen yang baik.

d. *Threats* (ancaman)

Merupakan kondisi yang mengancam dari luar. Ancaman ini dapat mengganggu organisasi, proyek atau konsep bisnis itu sendiri.

- 1) Memiliki banyak pesaing yang lebih berkompeten di bidang kegiatan anak muda dibanding Radio Moderato dan DCS FM.
- 2) Radio kompetitor memiliki SDM khusus untuk kegiatan *off air*.

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Paradigma

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan konstruktivisme, yang menggambarkan atau melukiskan radio komersial berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

Tujuan penelitian deskriptif adalah:

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.

Adapun yang ingin diketahui peneliti dalam penelitian ini adalah bagaimana proses programming acara di radio komersial di kota Madiun.

Dengan ini peneliti akan mengumpulkan, menyusun, menganalisis dan menginterpretasikan data yang telah diperoleh di lapangan, selanjutnya data tersebut diuraikan dengan menggunakan kata-kata dan bahasa yang mudah di pahami.

b. Paradigma Penelitian

Penelitian ini menganut paradigma konstruktivisme. Menurut paradigma ini, manusia dianggap sebagai makhluk unik yang memiliki motif/makna yang berbeda-beda terhadap setiap perilaku yang dilakukannya.²³

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian

²³ Lexy, Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2001) halaman 30.

yang mendeskripsikan suatu situasi atau area populasi tertentu yang bersifat faktual secara sistematis dan akurat. Langkah umum dalam penelitian deskriptif adalah mengidentifikasi masalah, mendefinisikan masalah secara spesifik, merumuskan rancangan atau desain pendekatan, mengumpulkan dan menganalisis data, dan menyusun laporan penelitian.²⁴ Penelitian kualitatif sendiri merupakan suatu prosedur penelitian yang mana data-data yang terkumpul berbentuk kata-kata, gambar bukan angka-angka.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Radio *DCS FM* yang beralamat di Jl. Kelapa Manis 38 Madiun dan *Moderato FM* beralamat di Jl. Mayjen Sungkono 137 Madiun. Pengumpulan data dilakukan sewaktu-waktu selama kurang lebih enam bulan sesuai dengan jadwal yang direncanakan oleh peneliti. Dengan begitu peneliti dapat mengumpulkan data lebih lengkap sesuai dengan keperluan peneliti.

3. Pemilihan Narasumber

Narasumber dalam penelitian ini adalah Divisi Pemrograman Acara pada radio *DCS FM* dan *Moderato FM*. Dalam pemilihan narasumber ini, peneliti menggunakan medel *snow-ball sampling*. Pada model ini peneliti mulai dengan mewawancarai orang yang sudah dikenal, dari sana peneliti akan meminta rujukan mengenai siapa lagi orang yang mempunyai pengalaman atau karakteristik serupa.²⁵

Narasumber yang diwawancarai menghasilkan data yang dapat dianalisis dan menghasilkan data yang akurat untuk dijadikan bahan untuk pembahasan selanjutnya. Melalui narasumber atau informan ini dapat memberikan data yang dibutuhkan, karena narasumber ini memiliki informasi.

²⁴ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), halaman 42.

²⁵ Moloeng, *Op.Cit.*, halaman 121.

Narasumber dalam penelitian kualitatif sangat dibutuhkan maka dari itu disebut sebagai informan. Narasumber disini antara lain :

1. Manajer produksi/Station Manager radio.
2. Bagian Pemrograman Acara radio

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode/teknik pengumpulan data sebagai salah satu bagian dari penelitian, merupakan unsur yang sangat penting. Berikut ini merupakan bagian dari metode pengumpulan data yang dikutip dari Lexy Moleong.²⁶

a. Sumber dan Jenis Data

- 1) Data Primer: Merupakan data utama yang diperoleh dari sumber utama secara langsung dengan wawancara
- 2) Data Sekunder: Bukti kedua yang didapat penulis secara tidak langsung untuk mendukung temuan dari data primer seperti dokumentasi foto, dokumen, artikel, data statistik dan sebagainya. Dokumen dan arsip yang ada tersebut sebagai sumber data dalam pengolahan data nantinya. Arsip-arsip tersebut diakui kebenarannya. Setelah dipenuhi, kemudian data tersebut diolah dan dianalisis. Tahap analisis menurut Moleong adalah:²⁷

“Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data”

b. Teknik Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara periset, seseorang yang berharap mendapatkan informasi dari informan seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang suatu objek. Wawancara merupakan metode

²⁶ *Ibid.*, halaman 112-139.

²⁷ *Ibid.*, halaman 103.

pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Wawancara ini dilakukan langsung dengan Manajer program acara *DCS FM* dan *Moderato FM* untuk memperoleh data secara lengkap dan jelas.

Ketika seorang responden memberikan informasi atau data pada peneliti, peneliti harus mengkualifikasikan apakah informasi tersebut diberikan sebagai jawaban atas pertanyaan peneliti, atau tanpa peneliti minta. Peneliti juga harus mengkualifikasikan, apakah komentar yang diberikan responden itu dalam situasi ketika peneliti berdua dengan responden.²⁸

5. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data dimulai sejak data dikumpulkan. Setelah dikumpulkan dan dibaca, data ditelaah, diurutkan kemudian dikelompokkan berdasarkan jenisnya kemudian disusun. Penginterpretasian data dilakukan setelah data data diedit dan dikategorikan dalam kerangka yang telah disiapkan sebelumnya kemudian disusun secara sistematis.

Analisis deskriptif adalah analisis yang menunjukkan gambaran umum fakta-fakta yang didapat di lapangan atau objek penelitian. Analisis ini untuk menganalisa data dengan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang bertujuan untuk umum.²⁹ Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang program acara radio *DCS FM* dan *Moderato FM* dimata pendengarnya. Kualitas program acara radio komunitas ini mendapat respon dari para pendengar, sehingga dampaknya dapat langsung dirasakan oleh pendengar itu sendiri. Jika diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas radio

²⁸ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), halaman 163.

²⁹ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung : CV. Alfabeta, 2005)

dipersepsikan bagus dan memuaskan, namun sebaliknya jika yang diterima lebih rendah dengan yang di harapkan, maka kualitas dipersepsikan buruk.



BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Radio siaran adalah media komunikasi massa. Stasiun radio siaran diartikan sebagai organisasi atau badan yang mengelola penyiaran acara-acara dalam bentuk kata-kata, musik (suara), dan lain-lain kepada khalayak, dengan menggunakan peralatan transmisi siarannya. Radio siaran mempunyai ciri dan sifat yang berbeda dengan media massa lainnya. Radio adalah media yang bersifat *auditif*, sehingga komunikator lebih mudah menyampaikan pesan dalam bentuk acara yang menarik dan pendengar dapat menikmati acara yang disiarkan radio tanpa harus menyediakan waktu dan ruang yang sifatnya *eksklusif*.³⁰

Selanjutnya dalam bukunya Onong U. Effendy, dijelaskan radio mendapat julukan “kekuasaan kelima” atau *the fifth estate*, setelah pers dianggap sebagai “kekuatan keempat (*the fourth estate*) dan tiga lembaga lainnya eksekutif, legislative, yudikatif masing-masing sebagai kekuasaan pertama, kedua, ketiga. Dibandingkan dengan televisi, televisi sebenarnya lebih lengkap daripada radio, karena radio bersifat auditif televisi bersifat audio visual. Namun, sampai sekarang televisi belum pernah mendapat julukan “kekuasaan keenam” (*the sixth estate*).³¹

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian di Radio *DCS FM* (Duta Cakrawala Serasi) dan Radio *Moderato FM* Madiun. Kedua radio tersebut merupakan radio swasta yang memiliki sistem stasiun penyiaran yang berbeda. Radio *DCS FM* adalah radio FM pertama kali yang ada di Kota Madiun sedangkan Radio *Moderato FM* adalah radio tertua dan baru pindah dari AM ke FM pada tahun 2000. Berdasarkan wawancara dan observasi yang

³⁰ Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, (Bandung: Mandar Maju, 1990), halaman 19.

³¹ *Ibid.*, halaman 107.

dilakukan oleh peneliti di lapangan, dalam bab ini peneliti akan menjelaskan gambaran umum objek penelitian. Adapun gambaran umum tersebut meliputi: sejarah, visi dan misi, logo, profil radio, target pendengar dan struktur organisasi. Dari hasil penjelasan tersebut, diharapkan dapat mendukung berupa materi-materi yang dibutuhkan untuk analisis data dalam penelitian ini.

A. Radio *DCS FM*

Radio *DCS FM* adalah radio FM pertama kali berdiri dan mengudara di kota Madiun. Berawal dari Keinginan Anak-nak SMA 1 Madiun yang ingin membuat suatu manfaat untuk kota Madiun. Karena di kota Madiun belum terdapat radio FM maka mereka membuat Radio FM pertama kali di kota Madiun yang bernama Radio *DCS FM* pada tahun 1991. Berformat General karena di kota kecil belum terlalu segmented persaingan juga kurang walaupun saat ini sudah banyak radio otomatis akan mengkotak-kotakan. Sampai saat ini pun Radio *DCS FM* masih All general dan besegmentasi mencakup keseluruhan dari Remaja, Dewasa dan Matang.

1. Sejarah Radio Duta Citra Serasi

Sejarah dari Radio *DCS FM* ini adalah berdiri pada tahun pada tahun 16 April 1991 dengan sarana dan prasarana yang masih sederhana dan SDM yang terbatas tetapi berkualitas Radio *DCS FM* mengudara awalnya bertempat di Jl. Pandawa 15 Madiun.³² Meskipun usianya masih sangat muda, Radio *DCS FM* sudah berani membuat acara dan menjadi pelopor kegiatan untuk anak muda baik dari segi *performance*, materi acara sampai tempat kegiatan menjadikan Radio *DCS FM* sebagai *tren setter* untuk radio lain. Karena apa yang dilakukan oleh Radio *DCS FM* baik dalam ON atau OFF Air selalu

³² Sumber *company profile* Radio DCS FM 2011

menjadi tren dan ditiru radio lain. Ciri khas yang dimiliki oleh Radio *DCS FM* adalah musik.

2. Visi dan Misi Radio *DCS FM*

a. Visi dari Radio *DCS FM*

Gambaran yang ideal tentang kondisi atau keadaan yang ingin dicapai dimasa depan oleh suatu kelompok atau suatu organisasi. Visi merupakan semangat yang memberikan alasan keberadaan suatu kelompok atau organisasi. Dengan latar belakang seperti diatas, maka dapat dirumuskan visi Radio *DCS FM* sebagai berikut:³³

Mewujudkan Radio *DCS FM* sebagai radio yang mampu memajukan masyarakat Madiun melalui aktifitas yang mendidik, informatif dan menghibur.

b. Misi Radio *DCS FM*

Visi tidak dapat membawa apapun jika tidak diterjemahkan kedalam langkah-langkah yang lebih realistis dan operasional, atau lebih dikenal sebagai misi suatu kelompok atau organisasi. Untuk itu Radio *DCS FM* menuangkan visi yang dimiliki kedalam misi sebagai berikut:

1. Menyajikan produk siaran yang bermutu, informatif mendidik dan menghibur.
2. Menjadikan Radio *DCS FM* sebagai sentra informasi yang mendidik dan menghibur.
3. Membentuk dan memberdayakan komunitas masyarakat dalam rangka peningkatan kualitas hidup.

³³ Visi dan Misi Sumber *company profile* Radio *DCS FM* 2011

4. Mampu memberikan keuntungan bagi semua pihak sesuai dengan perannya. Baik itu kepada masyarakat Madiun, Manajemen dan insan radio itu sendiri.

3. Identitas Radio DCS FM

Data Umum

Nama Perusahaan : PT. Duta Cakrawala Serasi
Nama Udara : Radio DCS FM
Slogan : Teman setia anda
Sebutan pendengar : Teman setia

Logo



Gambar 2.1
Logo Radio *DCS FM*
(Sumber: Radio *DCS FM* Madiun)

Data Teknis³⁴

Frekuensi : 101, 50 Mhz
Kekuatan pemancar : 3.000 watt
Jam Siar/Hari : 24 Jam
Jangkauan : Pancaran Tegas: Kota Madiun, Kab. Madiun, Kab. Ngawi, Kab. Ponorogo, Kab. Magetan, Kab. Pacitan

³⁴ Sumber *Company Profile* Radio DCS FM 2011

Pancaran Terjangkau; Kab. Wonogiri, Kab. Bojonegoro, Kab. Tuban, Kab. Blora, Kab. Nganjuk

Format Siaran

Format Siaran : Musik dan News

Komposisi program : Hiburan 60%, News 20%, Iklan 20 %

Komposisi Musik : Mancanegara 40%, Indonesia 30%, Dangdut 30 %

Data Demografis

Target Pendengar : Usia 15-40 tahun

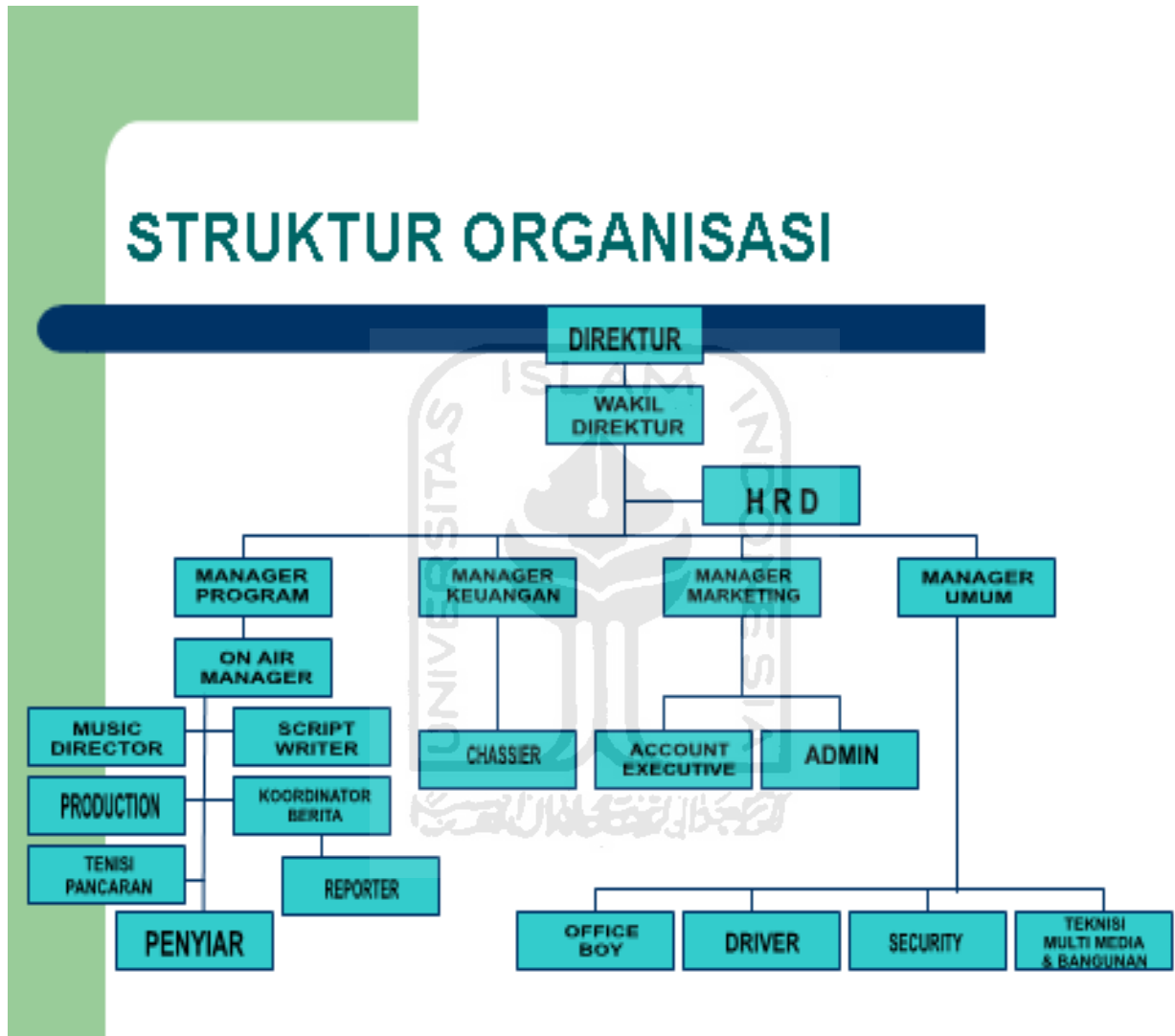
Status/Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, Karyawan, Ibu Rumah Tangga, Profesional Muda

Pendidikan : SD, SMP, SMA, Sarjana

Sex Profile : Pria 48%, Wanita 52%



4. Struktur Organisasi



Gambar 2.2
(Sumber : Struktur Organisasi Radio DCS FM Madiun 2011)

5. Job Description

Deskripsi Jabatan dari struktur diatas adalah sebagai berikut :

DIREKTUR

Tugas Pokok : Bertanggungjawab atas seluruh proses operasional, penetapan, strategi dan sumber dana (finansial)

WAKIL DIREKTUR

Tugas Pokok : Membantu Direktur utama dalam hal perencanaan, pengelolaan SDM, pencapaian hasil, sarana / prasarana (perangkat lunak / keras), teknologi dan melaksanakan fungsi manajemen.

HRD

Tugas Pokok : Mengorganisasi semua departemen untuk menjalankan fungsi manajemen, pengelolaan SDM, komunikasi dan kontroling.

PROGRAM DIRECTOR

Tugas Pokok : Menyusun secara rinci program acara dalam harian, mingguan dan bulanan maupun yang berhubungan dengan aktivitas on air serta pengaturan skedulnya.

ON AIR MANAGER

Tugas Pokok : Membantu Programme Manager untuk melaksanakan seluruh program acara dan mengkoordinasi seluruh crew program guna mencapai kinerja yang optimal.

MUSIC DIRECTOR

Tugas Pokok : Bertanggungjawab dalam hal penyusunan lagu yang diudarkan, sesuai dengan format yang telah disepakati.. Membuat tangga lagu dengan lebih dulu menumpulkan dan menganalisa data yang ada.

TRAFFIC

Tugas Pokok : Bertanggungjawab terhadap pelaksanaan pengaturan space iklan yang berkaitan dengan kegiatan dan keperluan On Air program, dan mengecek pemutaran iklan serta mempersiapkan bukti siar untuk advertiser.

KOORDINATOR BERITA, EDITOR & REPORTER

Tugas Pokok : Bertanggungjawab terhadap kelancaran pemasokan /pelaporan berita sesuai jadual yang telah ditetapkan / disepakati.

PRODUCTION

Tugas Pokok : Bertanggungjawab atas produksi siaran dalam kemasan rekaman program khusus, produksi iklan untuk marketing support, air expose dan lain-lain yang berhubungan dengan penggunaan studio produksi.

PENYIAR / ANNOUNCER

Tugas Pokok : Bertanggungjawab atas kegiatan operasional siaran harian yang berkaitan dengan tugas kepenyiaran dan operator on air.

PRODUCER

Tugas Pokok : Menulis bahan untuk disiarkan, meliputi news, kiat prilaku dan etika bisnis, motivasi pribadi, informasi ringan maupun penting dengan susunan kalimat yang disesuaikan dengan positioning & format siaran radio.

SCRIPT WRITER

Tugas Pokok : Menulis bahan untuk disiarkan, meliputi news, kiat perilaku dan etika bisnis, motivasi pribadi, informasi ringan maupun penting dengan susunan kalimat yang disesuaikan dengan positioning & format siaran radio.

TEKNISI

Tugas Pokok : Bertanggungjawab terhadap perawatan dan pengelolaan pemancar serta perlengkapannya secara teknik. Bertanggungjawab dengan kualitas audio siaran termasuk didalamnya jangkauan siaran.

FINANCE

Tugas Pokok :

1. Mengelola keuangan perusahaan dengan cara yang tepat, agar operasional dapat dibiayai dengan lancar. Dalam hal ini harus membuat proyeksi cash flow dengan proyeksi collection dan pengeluaran rutin perusahaan.
2. Menyusun laporan bulanan sesuai standart akuntansi keuangan serta menyusun penyajian laporan tahunan.

MARKETING MANAGER

Tugas Pokok :

1. Merancang, mengatur strategi marketing dan melaksanakannya bersama tim marketing yang ada.
2. Melakukan penetrasi pasar secara optimal dengan memperhatikan positioning & station image.

ACCOUNT EXECUTIVE

Tugas Pokok : Melaksanakan segala bentuk aktivitas penjualan secara procedural, berdasarkan kertas kerja, sistem pelaporan dan senantiasa mengacu pada fungsi pelayanan penjualan.

ADMINISTRASI UMUM

Tugas Pokok :

1. Bertanggungjawab terhadap ketertiban dan situasi umum dilingkungan kantor, perawatan gedung, perabotan kantor, kendaraan, listrik dan saluran air.
2. Administrasi terhadap surat menyurat dan kebutuhan ATK.

DRIVER

Tugas Pokok : Perawatan kendaraan milik perusahaan serta kendaraan direksi.

OFFICE BOY

Tugas Pokok : Memelihara kebersihan lingkungan dalam maupun luar kantor. Membantu pelaksanaan kerja Administrasi umum dalam hal pokok tugas OB.

SECURITY

Tugas Pokok :

1. Menjaga ketertiban lingkungan kantor.
2. Mengamankan asset perusahaan.

6. Sumber Daya Manusia Radio *DCS FM*

Sumber Daya Manusia Radio *DCS FM* yaitu orang-orang yang memberikan tenaga, bakat, kreativitas dan usaha mereka kepada radio. Sumber Daya Manusia *DCS FM*, sebagian orang yang memiliki latar belakang pendidikan yang tidak jauh berbeda dengan dunia kepenyiaran dan memiliki kreativitas dan profesional kerja. Berikut orang-orang yang mendukung dan ikut berperan dalam radio *DCS FM* hingga sekarang.

Adapun nama-nama dari setiap jabatan radio *DCS FM* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

NAMA	JABATAN
Directur	H. Moch Soendhaji Pratomo, SE
Wakil Direktur	Mubasyri
HRD	Julianto, SH
Manager Program	Steven Octavianno
On Air Manager	Zaenal Nur Alim
Music Director	Gunawan Wibisono
Script Writer	Risa
Production	Ukky Riantori
Koordinator Berita	Sisca Dianita
Teknisi Pancaran	
Reporter	Yayuk Puji Hastuti
Penyiar	Zaenal Nur Alim, Endung Mustika, Wiedy Yuliana, Sisca Dianita, Risa, Ukky Riantori, Fentie, Prima Setiawan, Fikri Hasan, Lelyr, Vico, Broto, Palupi Ningtyas
Manager Keuangan	Hely Rusitawati, SE
Chasser (Staf Keuangan)	Hetty Tonyvia Dewi, SE
Manager Marketing	Body

Account Executive	S. Handita Putranto, Fiant Saputra
Traffic Marketing	Elly
Administrasi Marketing	Lusita
Manager Umum	Giri Widayat
Security	R. Hendra Trinurcahyo, Koko Sulisty, Supriyanto
Driver	Suyudi, Rudy Cahyo Daryanto
Office Boy	Danang Basono, Wahyu

Table 1.2
(Sumber : Struktur Organisasi Radio DCS FM)

7. Sarana dan Prasarana Radio DCS FM

Sarana dan prasarana yang dimiliki DCS FM sudah dan sangat memadai. Adapun sarana yang digunakan adalah berupa tempat yang menampung DCS FM di Jl. Kelapa Manis no. 38 Madiun. Radio DCS FM memiliki 2 studio, keduanya dirancang khusus bebas *noise*. Studionya meliputi, pertama, studio yang digunakan untuk siaran, baik program musik, dan interview. Studio tersebut dilengkapi dengan alat sebagai berikut:

STUDIO SIARAN

- Komputer
- Mixer
- Microphone
- Headphone
- Radio monitor
- Telepon
- TV monitor
- Exiter
- CD player
- Tape player
- TV monitor

STUDIO PRODUKSI

- | | |
|--------------|---------------|
| - Komputer | - CD player |
| - Mixer | - Tape player |
| - Microphone | - Telepon |

B. Radio *Moderato FM*

Radio *Moderato FM* mempunyai tujuan yaitu memberikan informasi yang terbaik untuk pendengar memberikan musik yang terbaik. Radio *Moderato FM* memilih informasi, karenadalam informasi mempunyai macam-macam segmentasi ada pendidikan, sosial, budanyanya, lifestyle dan infotainment. Dengan peranti keras dan lunak yang berkekuatan sangat efektif dalam jangkauan siaran radius lebih dari 100 Km, radio *Moderato FM* Madiun terus setia menyapa pendengarnya di Madiun dan kota-kota sekitarnya.

1. Sejarah Radio *Moderato FM*

Radio *Moderato FM* mulai mengudara pada tahun 1969 di jalur AM dan berdiri di jalan Cokroaminoto Madiun. Pada tahun 1971, radio Moderato terus berbenah untuk menjadi professional dengan menyatukan visi dan misi para pendirinya di dalam sebuah perseroan terbatas. Radio Moderato terus menyapa para “KERABAT MODERATO” (sebutan untuk pendengar) dari jalan Cokroaminoto sampai dengan pertengahan tahun 1975. Pada bulan Juni 1975 radio Moderato pindah kantor di Jl. Mayjend Sungkono 137 Madiun. Dengan pertimbangan kualitas radio, mutu siaran dan masalah-masalah untuk memperoleh pendengar, maka pada tahun 1999 radio Moderato pindah ke jalur

FM dengan frekuensi 105.450 FM. Tahun 2004 radio Moderato berpindah frekuensi menjadi 107.2 FM hingga saat ini.³⁵

Racikan musik dan informasi yang menjadi ciri khas *Moderato FM* dalam setiap siarannya yang mengudara selama 19 jam setiap harinya mulai pukul 05.00 s/d 24.00 WIB. Program yang disajikan oleh radio Moderato terbukti cukup ampuh dalam meningkatkan target *audience* yang menjadi sasaran tembak radio Moderato. Pada tanggal 1 Maret 2010 menjadi momentum 107.2 FM Moderato untuk berbenah tak sekedar berubah, tetapi radio Moderato menajamkan kualitas dengan mengusung slogan “GREAT MUSIC AND INFORMATION”.

2. Visi dan Misi Radio *Moderato FM*

Visi dari Radio *Moderato FM* :

1. Memberi hiburan yang bermanfaat bagi masyarakat Madiun dan sekitarnya.
2. Menyajikan hiburan yang mendidik dan menghibur.
3. Pengawal kelestarian budaya mataraman Madiun pada khususnya dan Jawa pada umumnya.
4. Sebagai Wahana penampung aspirasi dan ide kreatif masyarakat madiun

Misi dari radio *Moderato FM* :

1. Menjadi salah satu dan satu-satunya radio pilihan yang dapat memenuhi selera masyarakat Madiun dan sekitarnya di berbagai bidang.

3. Identitas Radio *Moderato FM*

Data Umum

Nama Perusahaan : PT. Radio Moderato

Nama Udara : Moderato FM Madiun

³⁵ Sumber *Company Profile* Radio Moderato FM

Alamat : Jl. Mayjen Sungkono 137 Madiun 63129
Telp/Fax : (0351) 451732
Slogan : Great Music and Information
Sebutan Pendengar : Kerabat Moderato

Logo :



Gambar 2.3
Logo Radio *Moderato FM*
(Sumber: Radio *Moderato FM* Madiun)

Data Teknis

Frekuensi : 107.20 Mhz
Kekuatan pemancar : 2500 watt
Jam Siaran/ Hari : 05.00 – 00.00 (20 jam)
Jangkauan : radius lebih dari 100 Km
- Madiun dan sekitarnya
- Utara s.d Kota Ngawi, Cepu, Bojonegoro, Blora
- Barat S.d Magetan, Gendingan, Walikukun,
Ngrambe
- Selatan s.d Slahung, Pulung,

Ponorogo, Purwantoro, Pacitan

- Timur s.d Caruban, Saradan, Nganjuk

Format Siaran

Format Siaran : Musik dan Informasi

Komposisi Program : Berita dan Informasi 30%, Pendidikan 10%,
Hiburan 60%

Komposisi Musik : Pop Indo dan Dangdut 50%, Manca Negara 35%,
daerah 15%

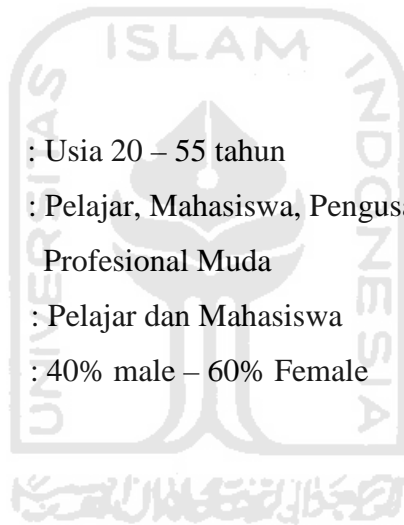
Data Demografis

Target Pendengar : Usia 20 – 55 tahun

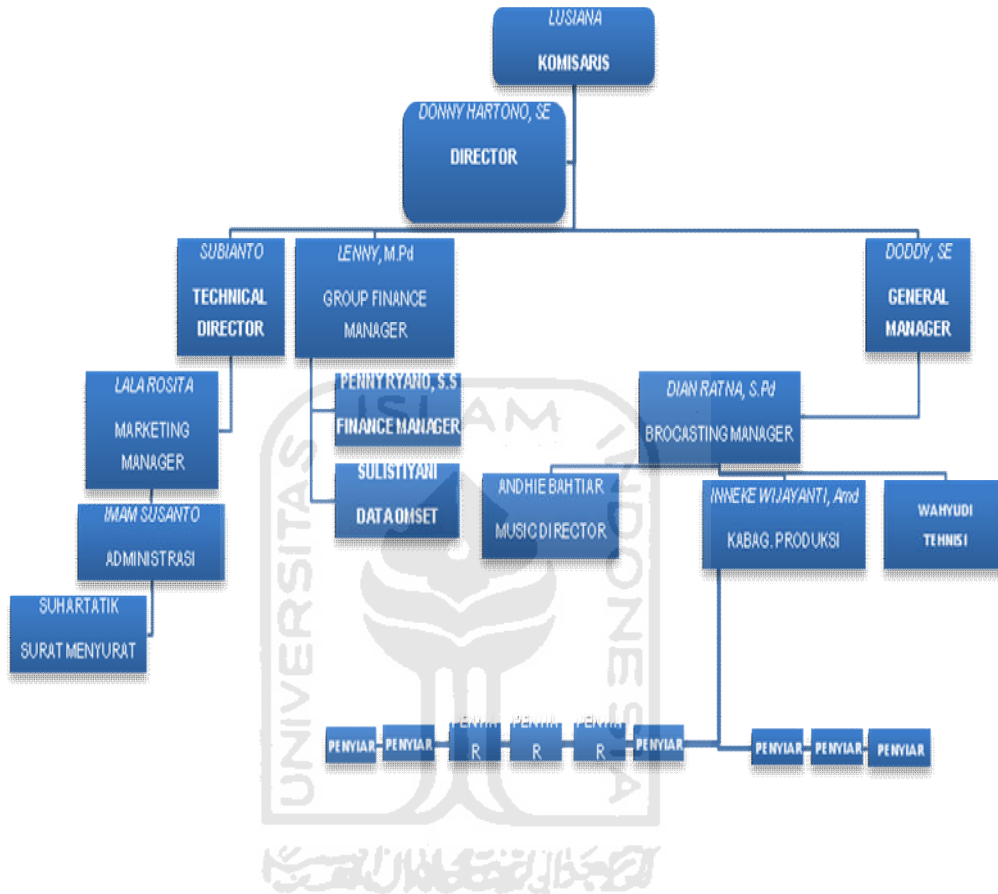
Status / Pekerjaan : Pelajar, Mahasiswa, Pengusaha, Ibu Rumah Tangga,
Profesional Muda

Pendidikan : Pelajar dan Mahasiswa

Sex Profile : 40% male – 60% Female



4. Struktur Organisasi Radio Moderato FM Madiun



Gambar 2.4
(Sumber : Struktur Organisasi Radio Moderato FM 2011)

5. Job Description

Dalam sebuah organisasi dibutuhkan serangkaian struktur orang yang solidaritasnya untuk membawahi bidang-bidang yang sangat penting demi kelangsungan suatu organisasi. Struktur yang ada di Radi Moderato FM Madiun adalah struktur organisasi berbentuk garis. Dalam bentuk organisasi ini tanggung jawab penuh dituntut dari bawahan kepada atasan sehingga kesatuan dapat terjalin dengan baik. Adapun tugas *crew* dari struktur organisasi Radio Moderato FM Madiun adalah sebagai berikut :

1. Manajer Siaran

Tugas pokok : Bertanggung jawab atas keseluruhan proses operasional siaran, kelancaran, pencapaian hasil, optimalisasi sumber daya penyiar, peningkatan produk siaran.

Ruang Lingkup :

Pelaksana fungsi manajemen yang meliputi PERENCANAAN, PENGORGANISASIAN dan PENGAWASAN Divisi SIARAN

a. Internal :

Bertanggung jawab terhadap kelancaran proses Siaran untuk :

1. Meeting mingguan untuk Evaluasi Siaran, Perencanaan, dan Pengembangan Program
2. Pengembangan dan scheduling Program Musik
3. Pengembangan colors siaran, Bridging, Cross Promo, Smash, Jingle, dll berkoordinasi dengan Divisi Produksi
4. Mencermati konsistensi positioning, persepsi positif, brand image, semangat tim dan air personality serta kualitas program
5. Mengevaluasi progress report kinerja bagian siaran
6. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

Melakukan upaya-upaya inovasi dan kreatifitas untuk Program siaran, Promo, dan Iklan lewat:

1. Diskusi-diskusi
2. Motivasi kreatifitas
3. Penggalian ide
4. Mengevaluasi progress report kinerja bagian kreatif

b. External

Melaksanakan tugas-tugas yang berhubungan dengan pihak external, institusi, kelembagaan , organisasi dan kehumasan yang berkait dengan siaran.

2. Koordinator Siaran

Tugas pokok : Mengkoordinasi seluruh kegiatan siaran untuk mencapai kinerja optimal

Ruang Lingkup :

Melaksanakan tugas sesuai dengan pengarahan Manajer Siaran dalam hal kinerja tim siar.

Uraian :

1. Ikut bertanggung jawab atas terjaganya format siar
2. Menyusun Jadwal Penyiar
3. Monitoring Kualitas Siaran, Penyiar dan konsistensi positioning
4. Berkoordinasi dengan Music Director / Bagian Produksi untuk program musik dan sirkulasi lagu.
5. Monitoring kompetitor untuk antisipasi dan pengembangan program.
6. Mengkreasi pelaksanaan dan pengembangan program
7. Melaporkan seluruh kegiatan kepenyiaran kepada Manager Siaran.
8. Tugas-tugas lain yang menyangkut keadministrasian Siaran, Penghitungan Absensi Siaran,

9. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

3. Produksi dan Perawatan IT

Tugas Pokok : Bertanggung jawab dalam melaksanakan tugas-tugas produksi dan penempatan musik untuk program siaran, iklan, cross promo dan lain-lain yang berhubungan dengan penggunaan ruang produksi. Dan bertanggung jawab terhadap kelancaran penggunaan komputer

Ruang Lingkup :

Seluruh aktivitas produksi dan rekaman dengan memperhatikan standar kualitas, kecepatan / tepat waktu, skala prioritas, kreativitas dan etos kerjasama.

Uraian :

1. Membuat kreasi produksi rekaman spot iklan, cross promo, jingle, dll
2. Menjaga kualitas produksi.
3. Menjaga keberadaan alat-alat produksi rekaman.
4. Mengikuti meeting dengan bagian siaran.
5. Mengontrol kesiapan komputer
6. Membuat laporan kerja secara periodik
7. Tugas-tugas lain dari Pimpinan.

4. Manajer Usaha dan Finance

Tugas Pokok : Bertanggung jawab atas keseluruhan proses operasional kegiatan Marketing, kelancaran, pencapaian hasil, optimalisasi sumber daya manusia, peningkatan pemasaran. Bertanggungjawab terhadap kelancaran traffic keuangan, cash flow, penanganan / manajemen piutang, perpajakan dan perbankan.

Ruang Lingkup :

Pelaksana fungsi marketing yang meliputi Perencanaan, Pengorganisasian dan Pengawasan Divisi Marketing.

a. Internal :

2. Meeting mingguan untuk Evaluasi Bisnis Periklanan, Perencanaan.
3. Scheduling Perencanaan pemasangan iklan
4. Pengembangan wawasan
5. Berkoordinasi dengan Divisi Produksi & siaran dalam perencanaan pembuatan materi iklan.
6. Mencermati kegiatan pasar dalam kaitan perolehan pangsa iklan
7. Mengevaluasi progress report kinerja bagian marketing.
 - Menjaga stabilitas keuangan dan cash flow
 - Mengupayakan dengan segera penyelesaian piutang
 - Melakukan pencatatan dan administrasi keuangan
 - Membuat laporan Keuangan
 - Membuat laporan Perpajakan

b. External

- a. Menjalinkan hubungan secara teratur dengan klient.
- b. Memberikan informasi kepada klient atas produk produk Moderato, pasar serta kompetitors.
- c. Selalu menjaga nama baik Moderato dalam berhubungan dengan pihak external/klient.
- d. Membuka jalinan kerjasama dengan klient baru

5. Koordinator Iklan dan *Traffic*

Tugas Pokok : Ikut bertanggungjawab terhadap kelancaran dan peningkatan Billing Iklan

Ruang Lingkup : Membantu Divisi Keuangan dan Iklan untuk pekerjaan yang bersifat administratif

Uraian

1. Mengatur *placing* iklan pada jam siaran secara proporsional
2. Melakukan kontak-kontak dengan klien
3. Membantu kelancaran penyelesaian piutang
4. Membuat bukti penyiaran iklan setiap bulan
5. Membuat kwitansi penagihan penyiaran iklan dan faktur pajak setiap bulan
6. Melakukan koordinasi dengan bagian Siaran dan koordinator Marketing khususnya untuk alokasi iklan
7. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

6. Admin Iklan

Tugas Pokok : Ikut bertanggungjawab terhadap kelancaran pelaksanaan admin iklan peningkatan Billing dan Iklan

Ruang Lingkup : Membantu Bagian Iklan dan *Traffic* untuk pekerjaan yang bersifat administratif

Uraian:

1. Mengatur *placing* iklan pada jam siaran secara proporsional
2. Membuat bukti penyiaran iklan setiap bulan
3. Membuat kwitansi penagihan penyiaran iklan dan faktur pajak setiap bulan
4. Melakukan koordinasi dengan bagian Siaran khususnya untuk alokasi iklan
5. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

7. Kasir

Tugas Pokok : Bertanggungjawab terhadap kelancaran *traffic* keuangan harian

Uraian:

1. Menjaga stabilitas keuangan harian
2. Melakukan pencatatan dan administrasi keuangan
3. Membuat laporan keuangan

8. Koordinator Marketing

Tugas Pokok : Melakukan upaya-upaya pemasaran dan penjualan dan ikut bertanggungjawab terhadap peningkatan *billing* dan iklan

Uraian :

1. Memberikan informasi kepada klien terhadap produk-produk Moderato
2. Membina dan menjalin hubungan dengan klien secara berkesinambungan
3. Menciptakan persepsi positif bagi perusahaan
4. Berpromosi
5. Upaya-upaya penjualan
6. Penggalan dana kegiatan off air
7. Menjaga nama baik perusahaan
8. Melaporkan kegiatan pemasaran kepada Manajer Usaha

9. Bagian Studio-Personalia dan Admin Iklan

Tugas Pokok : Membantu kelancaran tugas-tugas Bagian Umum, Personalia dan kegiatan Off Air. Mengawasi ketertiban, dan situasi umum di kawasan kantor, filtering / penyaringan informasi dan layanan serta menciptakan persepsi positif pada public. Dan membantu kelancaran admin iklan

Uraian :

1. Bertanggung jawab terhadap, kebersihan, keselamatan, ketertiban dan keamanan kantor.
2. Menjaga Peraturan Perusahaan agar terlaksana dengan baik.
3. Bertanggungjawab terhadap kelengkapan data Personalia
4. Ikut membantu pengawasan penggunaan inventaris perusahaan
5. Membuat Laporan Realisasi Iklan dan pekerjaan admin iklan
6. Penghitungan absensi kantor
7. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

10. Admin Kantor

Tugas Pokok : Ikut bertanggungjawab terhadap kelancaran pelaksanaan admin Kantor

Uraian :

1. Meliputi urusan kesekretariatan (keperluan ATK Kantor) dan surat menyurat umum
2. Pengarsipan
3. Urusan RT Kantor
4. Pencatatan Surat Keluar / Masuk
5. Membantu pendataan Karyawan
6. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

11. Tekhnisi

Tugas Pokok : Bertanggungjawab terhadap kelancaran alat-alat tehnik untuk keperluan siaran dan studio.

Ruang Lingkup : Pemeliharaan dan perbaikan alat-alat tehnik perusahaan dan melakukan upaya / kontak-kontak eksternal dalam hal tehnik.

Uraian :

1. Melakukan kontrol terhadap peralatan siaran, terutama Transmitter dan alat-alat siaran setiap hari.
2. Perbaiki-perbaiki inventaris perusahaan.
3. Mengupayakan dengan segera penyelesaian perbaikan alat tehnik.
4. Pengawasan kualitas modulasi siaran.
5. Menjaga kebersihan alat-alat tehnik.
6. Melaporkan segala kendala dan hambatan penanganan alat tehnik kepada GM Umum & Tehnik
7. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

12. Music Director

Tugas Pokok : Bertanggung jawab terhadap penempatan musik untuk program siaran.

Uraian :

1. Memilih dan memilah materi lagu.
2. Bertanggung jawab terhadap pemrograman dan rotasi materi lagu untuk siaran
3. Pengadaan materi lagu
4. Monitoring terhadap perkembangan musik
5. Monitoring pemutaran lagu di siaran setiap hari
6. Menjalin kerjasama dengan Perusahaan Rekaman
7. Melakukan koordinasi dengan Produksi untuk penempatan lagu di folder
8. Mengikuti meeting dengan bagian siaran.
9. Membuat laporan kerja secara periodik
10. Tugas-tugas lain dari Pimpinan.

13. GM Umum dan Teknik

Tugas Pokok : Beretanggung jawab terhadap kelancaran studio, umum dan tehnik

Uraian :

1. Mengawasi pekerjaan bagian Studio dan Personalia
2. Mengawasi pekerjaan bagian Admin Kantor
3. Mengawasi pekerjaan bagian Teknik
4. Mengawasi pekerjaan bagian perawatan IT
5. Mangawasi pekerjaan bagian Umum
6. Memberi penilaian terhadap kinerja masing-masing bagian
7. Memberi solusi terhadap kesulitan pekerjaan atau tugas
8. Melarang, menegur dan mengarahkan suatu pekerjaan kepada karyawan

9. Tugas-tugas lain dari Direktur

14. Umum

Tugas Pokok : Membantu kelancaran kinerja semua bagian

Uraian

1. Membantu pengadaan ATK
2. Tugas-tugas luar kantor : perijinan, pembelanjaan, dll
3. Monitoring iklan kompetitor
4. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

15. Penyiar

Tugas Pokok : Bertanggungjawab terhadap kelancaran operasional siaran harian yang berkaitan dengan tugas kepenyiaran

Ruang Lingkup : Mengkomunikasikan materi siaran sampai ke pendengar dengan kesadaran tinggi untuk melaksanakannya secara semangat, enerjik, hangat, akrab, dan ceria sesuai format acara.

Uraian :

1. Melakukan tugas dan tanggung jawab sebagai penyiar acara musik, talk show, kuis sesuai jadwal yang diatur oleh Koordinator Siaran
2. Memastikan kualitas penyiaran, modulasi, mixing, suara penyiar, pemutaran iklan sesuai dengan Standar Operasional dan Prosedur Siaran (SOP Siaran)
3. Melakukan komunikasi dengan Manager Siaran, dan Music Director / Bagian Produksi dalam kaitannya dengan pelaksanaan program.
4. Monitoring kompetitor untuk antisipasi dan pengembangan program.
5. Mengkreasi pelaksanaan dan pengembangan program yang diasuh
6. Menjaga konsistensi air personality, positioning dan gaya siaran yang komunikatif
7. Memberi masukan perkembangan lagu kepada MD

8. Mengikuti pertemuan mingguan bagian siaran
9. Melaporkan kendala teknis / non teknis kepenyiaran kepada Manager Siaran.
10. Bertanggungjawab terhadap keberadaan ruang Siaran, kebersihan, teknik, komputer, dll
11. Tugas-tugas lain dari Pimpinan

6. Sumber Daya Manusia Radio *Moderato FM*

Pengelolaan SDM dilakukan secara bersama-sama dengan budaya kerja bekerja sama dan saling membantu. Bagi segi kualitas SDM *Moderato FM* sebagai radio komersial juga mengalami kendala seperti radio komersial lainnya. SDM di Kota kecil dan minat untuk menjadi penyiar yang kurang dan belum mempunyai cukup keterampilan. Tentunya kualitas yang mereka miliki dibidang penyiaran kurang. Usaha yang dilakukan *Moderato* adalah dengan memberikan pelatihan, sehingga dengan adanya pelatihan tersebut kualitas *crew Moderato* akan semakin meningkat dan professional.

Adapun nama-nama dari setiap jabatan radio *Moderato FM* Madiun dapat dilihat pada tabel berikut ini :

JABATAN	NAMA
Komisaris	Lusiana
Director	Donny Hartono, SE
Technical Director	Subianto
Marketing Manager	Lala Rosita
Administrasi	Imam Susanto
Surat-Menyurat	Suhartatik
Group Finance Manager	Lenny, M.pd
Finance Manager	Penny Ryano, S.S

Data Omset	Sulistiyani
General Manager	Doddy, SE
Broadcasting Manager	Dian Ratna, S.pd
Musik Director	Andhie Bahtiar
Kabag. Produksi	Ineke Wijayanti, Amd
Tehnisi	Wahyudi
Penyiar	

Tabel 1.3
(Sumber : Struktur Organisasi Radio Moderato FM)

7. Sarana dan Prasarana Radio *Moderato FM*

Peralatan merupakan sarana utama untuk melakukan kegiatan siaran bagi organisasi penyiaran. Menurut hasil penelitian di lapangan, peralatan yang dimiliki oleh radio Moderato FM sarana:

- Ruang kantor
- Ruang tunggu /fans
- Stusio siaran
- Studio Produksi
- Ruang Marketing
- Ruang download
- Marketing room
- GM and Director Room
- Ruang kontrol pemancar
- Toilet

Jenis alat yg digunakan di studio

1. Komputer siaran

2. Komputer kontrol
3. Perekam data siaran (merekam siaran sepanjang bulan untuk dievaluasi)
4. Microphone untuk penyiar dan nara sumber
5. Mixer
6. Head Set untuk penyiar dan narasumber
7. Log spot iklan
8. Log adlip iklan
9. 4 macam surat kabar
10. Internet
11. Log info yang telah tayang untuk masing-masing program
12. log presensi
13. Ac "untuk menstabilkan komputer"
14. Receiver VOA dan KBR68 H.
15. Telepon
16. Jadwal siaran
17. Papan pengumuman
18. Konsep program (agar penyiar benar-benar faham tentang program yang dibawakan, khususnya untuk penyiar pengganti)
19. Radio monitor

BAB III

TEMUAN & PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan dijelaskan dua radio yang berbeda sebagai objek penelitian yang akan dibandingkan strategi pemrograman radio dalam menarik pendengarnya. Menjelaskan strategi manajemen *programming* dua radio yang memiliki sistem penyiaran, dan format stasiun yang berbeda. Penulis akan melakukan analisis temuan untuk memperoleh dan menjelaskan gambaran tentang strategi manajemen *programming* di radio *DCS FM* dan *Moderato FM* di Kota Madiun dalam meraih pendengar.

A. Strategi Manajemen Programming Radio *DCS FM*

Radio *DCS FM* adalah radio FM pertama yang ada di Madiun dan sampai saat ini radio *DCS FM* menjadi radio yang menjadi contoh atau *tren setter* bagi radio lain di kota Madiun. Untuk mempertahankan citra yang baik dan pendengar yang banyak radio *DCS FM* mempunyai program acara untuk pendengarnya. Meskipun usianya masih sangat muda, Radio *DCS FM* sudah berani membuat acara dan menjadi pelopor kegiatan untuk anak muda baik dari segi *performance*, materi acara sampai tempat kegiatan menjadikan Radio *DCS FM* sebagai *tren setter* untuk radio lain. Karena apa yang dilakukan oleh Radio *DCS FM* baik dalam *ON* atau *OFF Air* selalu menjadi tren dan ditiru radio lain. Ciri khas yang dimiliki oleh Radio *DCS FM* adalah musik.

Programming radio merupakan salah satu aktivitas dalam penyiaran yang khusus mengelola aktivitas program siaran, mulai dari perencanaan program sampai evaluasi program siaran. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan stasiun penyiaran radio maka diperlukan suatu manajemen *programming* yang baik.

Radio siaran yang tepat dalam perencanaan dan penyusunan setiap program siaran, maka akan menghasilkan suatu program siaran yang

berkualitas dan dapat diterima oleh khalayak. Ditinjau lebih lanjut proses transformasi yang dilakukan oleh organisasi penyiaran meliputi:

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan program siaran di Radio *DCS FM* Madiun dipimpin langsung oleh *program director*. *Program director* bertanggungjawab penuh terhadap Menyusun secara rinci program acara dalam harian, mingguan dan bulanan maupun yang berhubungan dengan aktivitas on air serta pengaturan jadwalnya di Radio *DCS FM* Madiun. Dalam proses perencanaan program siaran, *Program director* Radio *DCS FM* Madiun terlebih dahulu akan melakukan *meeting* bersama divisi program. Dalam *meeting* tersebut akan membahas hal-hal yang berkaitan dengan penyelenggaraan program siaran, antara lain: menentukan program-program siaran untuk siaran lokal dan menentukan program-program siaran baru yang akan direalisasikan atau di *on-air* kan dalam penyiaran.

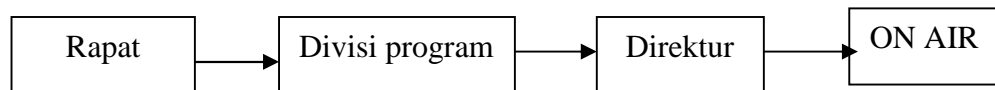
Dalam wawancara bersama *Program Director* dan Manajer *ON Air* Radio *DCS FM* Madiun mengenai perencanaan program siaran Radio *DCS FM* Madiun adalah segala program atau acara yang akan diproduksi dan disiarkan harus dirapatkan terlebih dahulu dan berdasarkan keputusan dari rapat bersama oleh Divisi Program Acara:

“Untuk perencanaan tiap program acara yang baru kita rapatkan bersama dan kita tentukan mana program acara yang isinya akan menarik pendengarnya bersama divisi program acara lainnya. Program acara yang lama kita evaluasi tiap bulannya untuk mengetahui tingkat respon pendengar dan apa yang harus di perbaiki dalam acara tersebut.”

³⁶

³⁶ Steven Octavianno, wawancara, 11 Januari 2011

Adapun alur perencanaan program siaran di Radio *DCS FM*, seperti yang dijelaskan dalam gambar berikut ini:



Bagan Alur Perencanaan Program Radio *DCS FM*

Gambar 2.5

(Sumber: Diolah dari hasil wawancara dengan Manajer Program; Steven Octavianno)

Untuk program siaran baru yang akan di *on-air* kan, Radio *DCS FM* secara berkala setiap tiga bulan akan melakukan evaluasi, yang bertujuan untuk menentukan program tersebut apakah layak untuk dipertahankan di Radio *DCS FM*. Adapun langkah-langkah yang dilakukan yaitu melalui tingkat respon pendengar terhadap program siaran, kemampuan program siaran dalam mendapatkan sponsor dan bisa dilakukan pergantian produser atau penyiar apabila kinerja kurang memuaskan. Dalam proses perencanaan program siaran di Radio *DCS FM* untuk ide program siaran pada umumnya sumber ide berasal dari divisi program dan isi program tersebut harus sesuai dengan format stasiun dan target pendengar Radio *DCS FM*.

Tahap–Tahap Perencanaan Radio *DCS FM* sebelum Penyiaran Teori dan Temuan.

Perencanaan (<i>Planning</i>)	Radio <i>DCS FM</i>
Perencanaan produksi (produksi house)	Mempersiapkan materi siaran, mempersiapkan penyiar, mempersiapkan request line, Meeting
Perencanaan pengadaan sarana dan	Mempersiapkan alat-alat siaran dan

prasarana	mengecek suara sebelum mengudara
Perencanaan administrasi	Merencanakan dana untuk sebuah program acara, menentukan penyiar yang tangguh didalamnya, menentukan iklan yang masuk pada program acara sesuai strategi marketing dan segmen iklan.

Tabel 1.4
Temuan dan Analisa

2) Pengorganisasian (*Organization*)

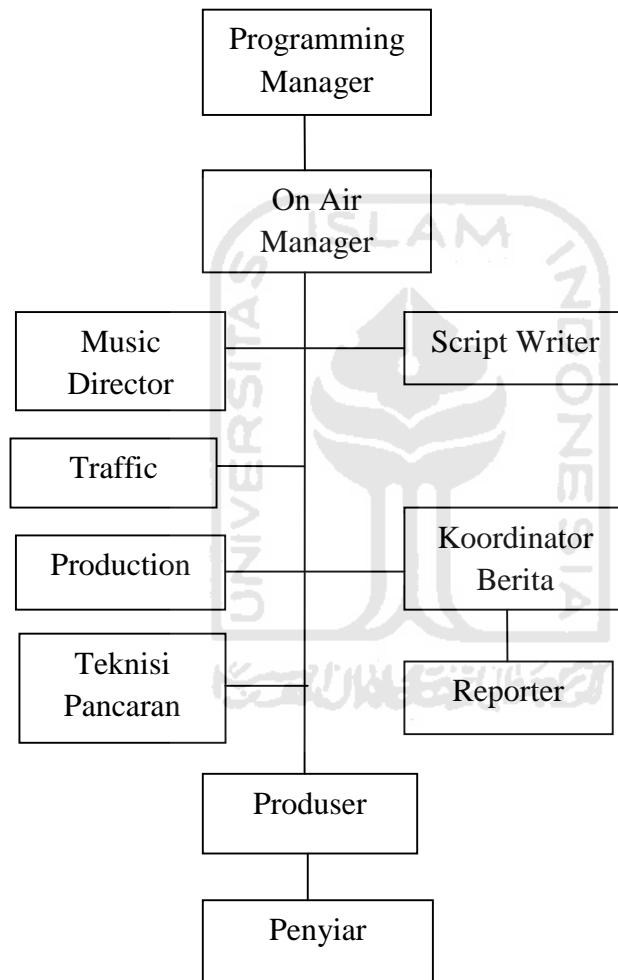
Organisasi radio *DCS FM* Madiun dikelola sesuai struktur organisasi dan jobdeskripsi masing-masing divisi. Rekrutmen penyiar radio sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan, ada tes tulis, tes wawancara. Setelah diterima calon penyiar ini tidak langsung dapat bersiaran tetapi di masukkan dalam box dan di tranning selama 2 bulan setiap hari hingga siap untuk diudaranya. Tetapi masih diawasi dan di evaluasi jika terdapat kekurangan dalam bersiaran. Strategi untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan memberikan tranning kepenyiaran, dan pemahaman kinerja di radio *DCS FM* Madiun.

Pengorganisaan ini dengan tujuan menentukan sumber daya seperti *crew* pengelola, *standar operasional prosedur*, program acara siaran dan kegiatan-kegiatan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan di radio *DCS FM* Madiun. Bekerja sesuai dengan divisinya agar tidak terjadi *double job* yang dapat menghambat keprofesionalan dalam bekerja.

Radio *DCS FM* memiliki 35 crew radio dari seluruh divisi. Divisi program acara memiliki 20 crew, bagian yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola program dalam stasiun penyiaran adalah departemen atau divisi program. Divisi program Radio *DCS FM* terdiri atas *manager program*, *on air*

manager, music director, traffic, script writer, production, koordinator berita, reporter, teknisi pancaran, produser, penyiar. Seperti yang dijelaskan dalam bagan sebagai berikut:

Struktur Organisasi Sumber Daya Manusia Bagian Pemrograman



Gambar 2.6
Struktur Organisasi Divisi Pemrograman *DCS FM*

Programming manager Radio DCS FM adalah seseorang yang diberikan tugas dan tanggung jawab untuk memimpin pelaksanaan *programming* di Radio DCS FM. *Programming manager* memiliki wewenang menyusun secara rinci program acara dalam harian, mingguan dan bulanan maupun yang berhubungan dengan aktivitas on air serta pengaturan skedulnya.

Dalam struktur organisasi divisi *programming manager* juga membawahi beberapa divisi antara lain:

- a. *On Air Manager* bertanggungjawab membantu *Programming manager* untuk melaksanakan seluruh program acara dan mengkoordinasi seluruh crew program guna mencapai kinerja yang optimal.
- b. *Music Director* bertanggungjawab dalam hal penyusunan lagu yang diudarkan, sesuai dengan format yang telah disepakati. Membuat tangga lagu dengan lebih dulu menumpulkan dan menganalisa data yang ada.
- c. *Script writer* bertanggungjawab menulis bahan untuk disiarkan, meliputi news, kiat prilaku dan etika bisnis, motivasi pribadi, informasi ringan maupun penting dengan susunan kalimat yang disesuaikan dengan positioning & format siaran radio.
- d. *Traffic* bertanggungjawab terhadap pelaksanaan pengaturan space iklan yang berkaitan dengan kegiatan dan keperluan On Air program, dan mengecek pemutaran iklan serta mempersiapkan bukti siar untuk advertiser.
- e. *Production* bertanggungjawab atas produksi siaran dalam kemasan rekaman program khusus, produksi iklan untuk *marketing support*, *air expose* dan lain-lain yang berhubungan dengan penggunaan studio produksi.
- f. Koordinator berita, Editor dan Reporter bertanggungjawab terhadap kelancaran pemasokan /pelaporan berita sesuai jadual yang telah ditetapkan / disepakati.

- g. Teknisi pancaran bertanggungjawab terhadap perawatan dan pengelolaan pemancar serta perlengkapannya secara teknik. Bertanggungjawab dengan kualitas audio siaran termasuk didalamnya jangkauan siaran.
- h. Produser bertanggungjawab menulis bahan untuk disiarkan, meliputi *news*, kiat prilaku dan etika bisnis, motivasi pribadi, informasi ringan maupun penting dengan susunan kalimat yang disesuaikan dengan *positioning* & format siaran radio.
- i. Penyiar/ *announcer* bertanggungjawab atas kegiatan operasional siaran harian yang berkaitan dengan tugas kepenyiaran dan operator on air.

3) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan dalam organisasi penyiaran menurut Wahyudi terdiri dari:

- (a) Perencanaan pemrograman (*planning programming*); (b) Produksi (*producing*); (c) Siaran (*broadcasting*).⁴³

Pada proses pelaksanaan ini dana, sarana, prasarana, dan SDM sangat penting. Adapun pelaksanaan yang dilakukan radio *DCS FM* Madiun melalui 3 tahap dianalisis dari teori Darwanto sebagai berikut:

a. Perencanaan Programming Radio *DCS FM*

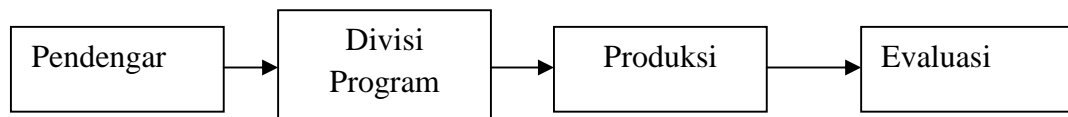
Perencanaan program Radio *DCS FM* dilaksanakan melalui rapat *crew* yang di adakan setiap enam bulan sekali. Dari rapat tersebut, *Manajer Program* atau *Program Director* mengarahkan untuk menentukan kembali khalayak pendengar seperti apa sararannya. Sebelum rapat akan dipersiapkan materi yang akan dirapatkan kemudian di tempel di papan pengumuman dinding kantor. Sehingga para *crew* tahu akan diadakan rapat membahas tentang apa dan mempersiapkan bahan yang akan dirapatkan.

⁴³ J.B Wahyudi, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. (Jakarta : Gramedia Pustaka Umum, 1994), halaman 45.

Setelah menentukan sasaran pendengar seperti apa yang telah disepakati, barulah radio *DCS FM* menentukan isi program siaran yang melibatkan langsung *crew* radio *DCS FM* dengan ide-ide kreatif dalam membuat acara, sehingga rancangan yang dibuat sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Isi program yang telah direncanakan juga disesuaikan dengan waktu program siaran. Dalam menentukan waktu siaran, sesuai dengan hasil rapat *crew* yang menentukan jam siar dari pagi hingga tengah malam 24 jam. Setelah jam siar ditentukan, baru dibuat jadwal program siaran sesuai dengan ketentuan yang direncanakan semula. Mulai dari jam siar, durasi siaran, siapa penyiarinya, program acara hingga konten acaranya. *Program Director dan Manajer ON AIR*, Steven dan Zaenal mengatakan :

“Untuk ide didapat dari pendengar, *crew* radio *DCS FM* atau siapa saja . Jika ide tersebut menarik dan dapat menjadi masukan program acara atau perubahan bagi radio *DCS FM* kemudian akan di rapatkan oleh Divisi Program Acara untuk membahas isi program acara tersebut. Perencanaan tiap program acara yang baru kita rapatkan bersama dan kita tentukan mana program acara yang isinya akan menarik pendengarnya bersama divisi program acara lainnya. Program acara yang lama kita evaluasi tiap bulannya untuk mengetahui tingkat respon pendengar dan apa yang harus di perbaiki dalam acara tersebut.”⁴⁴

Sumber Ide perencanaan program acara seperti gambar berikut:



Bagan alur ide Program Acara Radio DCS FM

Gambar 2.7

(Sumber: Diolah dari hasil wawancara dengan Manajer Program; Steven Octavianno)

⁴⁴ Steven Octavianno, wawancara, 11 Januari 2011

Dalam merencanakan program dibutuhkan dana pengelolaan. Dana pengelolaan radio *DCS FM* berasal dari masuknya iklan ke radio *DCS FM* dan kerjasama-kerjasama dalam bentuk Off Air.

b. Produksi Siaran Radio *DCS FM*

Dalam proses produksi siaran, yang dilakukan oleh radio *DCS FM* meliputi produksi program siaran, produksi berita, dan produksi siaran lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan siaran. Proses produksi siaran tersebut dilakukan oleh bagian produksi siaran. Dalam penyelenggaraan produksi siaran, radio *DCS FM* Madiun tetap membutuhkan orang-orang seperti, (1) penyiar (2) peralatan (3) naskah (4) rancangan program (5) waktu.

Menurut Darwanto Sastro proses produksi baik televisi maupun radio melalui empat tahap yaitu *Pre Production Planning*, *Set Up and Rehearshal*, *Production*, dan *Post Production*.⁴⁵ Dalam mencari, menyeleksi dan mengolah informasi menjadi suatu berita harus melalui prosedur yang ada. Pada dasarnya proses pengolahan berita mengikuti prosedur yang dinamakan SOP (*Standart Operation Procedure*), yakni proses pengolahan berita dengan empat tahapan. Tahapan-tahapan tersebut adalah:⁴⁶

1. *Pre Production Planning*

Pada *Radio DCS FM* ide untuk merencanakan program baru didapat dari pendengar, crew radio *DCS FM* atau siapa saja . Jika ide tersebut menarik dan dapat menjadi masukan program acara atau perubahan bagi radio *DCS FM* kemudian akan di rapatkan oleh Divisi Program Acara untuk membahas isi program acara tersebut.

⁴⁵ Subroto Darwanto Sastro, *Produksi Acara Televisi*, (Yogyakarta : Duta Wacana Press, 1994), halaman 157.

⁴⁶ *Ibid.*, halaman 157.

2. *Set Up and Rehearshal*

Radio *DCS FM* dalam proses pengoperasian alat disaat siaran dilakukan oleh penyiar. Penyiar mengoperasikan sendiri alatnya bersamaan besiaran antara lain mengoperasikan Komputer, *request* lagu, memutar lagu, mencari lagu, mengoperasikan *mixer*.

3. *Production*

Program acara pada radio *DCS FM* yang diproduksi setelah mendapatkan liputan siaran kemudian diproduksi memerlukan proses adalah program acara Teropong dan Lintas Informasi. Ditentukan topik yang akan ditayangkan kemudian mencari narasumber untuk dilakukan wawancara dan setelah itu dilakukan proses editing. Pada program Lintas Informasi dilakukan secara langsung setiap satu jam sekali.

4. *Post Production*

Produksi yang dilakukan secara editing suara, pengisian narasi, pengisian *sound effect* dan ilustrasi biasanya dilakukan oleh radio *DCS FM* disaat pembuatan iklan. Sesuai permintaan klien iklan dibuat semenarik mungkin dan sesuai dengan produk iklan yang akan dibuat. Kemudian oleh Divisi Program acara akan membuat draft dan proposal pembuatan iklan dan di tunjukan kepada klien. Jika disetujui dan cocok akan di buat secara *tapping*.

Untuk mendapatkan informasi yang aktual, terlebih dahulu penulis mengadakan observasi atau pengamatan terhadap bagaimana radio *DCS FM* bekerja untuk menghasilkan produksi yang berkualitas.

Radio *DCS FM* menginginkan hasil yang sesuai rencana, dan dibutuhkan tahapan tahapan produksi siaran seperti penyiar yang mampu menyumbangkan ide untuk bahan produksi siaran. Produksi siaran yang

dilakukan radio *DCS FM* dalam bentuk langsung *On air* dan jarang sekali dilakukan secara rekaman seperti; teropong, dan iklan.

Urutan produksi siaran dapat dijelaskan oleh *Program Director* dan Manajer *ON Air Radio DCS FM* sebagai berikut :

“ Untuk *news*, pagi dicari *newsnya* dari internet dimasukan ke dalam, terus dibagi jam berapa, jam berapa kita ada sendiri. Ada sendiri untuk petugas Lintas Informasi, petugas untuk bisa dikatakan produsernya lintas informasi itu ada sendiri. Nah, penyiar tinggal menerima oh, ini untuk lintas informai jam sekian ini jam sekian, ini jam 10 ini jam 12 jadi tinggal acak sudah siap. Untuk lagu-lagu ada MD (*Music Director*) ikut turun nanti itu sudah disiapkan untuk hari ini jam tergantung acaranya apa kita sudah siapkan tinggal acaranya apa dulu kalau acara request, news 3 sampai 4 lagu perjam. Karena setelah itu ada request dari pendengar.”⁴⁷

Dalam mengukur keberhasilan produksi program siaran radio *DCS FM* Madiun dilihat dari intensitas telepon masuk dan SMS dari pendengar dan Facebook dalam internet. Tak kalah penting bagi *crew DCS FM* terutama pada divisi program adalah mengandalkan *feeling*. Di *mix* kan antara hasil *survey* dengan *feeling* yang dirasakan oleh divisi program. Kadang acara dapat berjalan karena *feeling* mengatakan bahwa acara itu akan sukses maka, acara tersebut sukses. Tetapi kadang hasil *survey* pun juga mengatakan bahwa acara itu sukses meskipun tidak ada *feeling* dengan program acara tersebut.

c. Proses Siaran Radio *DCS FM*

Proses siaran adalah tahap radio *DCS FM* menyiarkan program siaran yang telah siap. Proses siaran dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Hasil proses siaran *DCS FM* tersebut berupa siaran langsung yang langsung disiarkan. Hasil dan proses siaran ini adalah *out put* berupa program siaran yang hingga sekarang masih berjalan sebagai program yang disiarkan oleh radio *DCS FM*.

⁴⁷ Steven Octaviano, wawancara, 11 Januari 2011

Penyiaran tersebut bukan akhir dari proses siaran, karena masih ada evaluasi program dan menilai tanggapan dari pendengar mengenai *feed back* atau umpan balik. *Feedback* itu diberikan pendengar secara langsung maupun tidak langsung. Respon yang diberikan langsung dari pendengar atau khalayak adalah melalui SMS (*Short Message Service*) atau *request* yang masuk yang menanggapi program yang sedang disiarkan. Sedangkan secara tidak langsung pendengar menyampaikan kritik dan saran maupun tanggapan tentang apa yang telah disiarkan kepada pimpinan maupun penyiar dengan datang ke studio siaran radio *DCS FM*.

Radio *DCS FM* melakukan proses siaran tanpa adanya naskah. Sehingga penyiar mencari bahan siaran dengan ketentuan konten yang ada pada SOP dengan fasilitas internet yang sudah ada. Pelaksanaan tersebut juga tidak boleh menyalahi aturan konten yang telah ditentukan. Karena hal tersebut dapat mengakibatkan persamaan apa yang telah disampaikan dari penyiar sebelumnya. Setelah proses siaran selesai penyiar diwajibkan mengisi absen siaran tiap harinya, untuk evaluasi dan gaji yang akan diterima perjam siaran.

Berikut penjelasan dari Program Director mengenai proses siaran radio *DCS FM* dalam pengambilan sumber materi siaran :

“Semuanya, internet, majalah, koran, isu yang lagi hangat dibicarakan mengikuti perkembangan yang ada. Kalau pemberitaan dalam negeri kita bisa cari dari Koran atau internet. Kalau pemberitaan luar negeri kita dari internet juga. Penyiar harus siap dalam segala situasi dalam informasi dan sumber yang paling cepat adalah internet.”⁴⁸

4) Pengawasan (*Controlling*) dan Evaluasi

a. Pengawasan

Pengawasan merupakan suatu hal yang terpenting dari proses manajemen program suatu organisasi. Langkah untuk menentukan apa yang

⁴⁸ Steven Octavianno, wawancara, 11 Januari 2011

telah dicapai dengan mengadakan evaluasi dan mengambil tindakan untuk menjamin hasilnya sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Sebagai organisasi penyiaran radio *DCS FM* juga melakukan pengawasan terhadap siarannya, disamping evaluasi program siarannya. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui kelemahan dan kesalahan tindakan penyiar radio *DCS FM* dengan maksud untuk memperbaiki dan mencegah agar kesalahan tersebut tidak terulang lagi, sehingga sesuai dengan perencanaan awal.

Di Radio *DCS FM* pengawasan dilakukan langsung oleh Direktur, sedangkan program acara yang berjalan diawasi oleh *Program Director*. Pengawasan program acara di radio *DCS FM* dilakukan langsung *Program Director*, dikarenakan *Program Director* bertanggung jawab menyusun secara rinci program acara dalam harian, mingguan dan bulanan maupun yang berhubungan dengan aktivitas *on air* serta pengaturan jadwalnya. Sedangkan *Manajer On Air* siaran bertanggung jawab membantu *Program Director* untuk melaksanakan seluruh program acara dan mengkoordinasi seluruh *crew* program guna mencapai kinerja yang optimal.

Apabila ada kesalahan dan pelanggaran yang terjadi maka akan dilakukan peneguran secara langsung untuk memperbaiki kesalahan. Peneguran kesalahan dalam menjalankan siaran di radio *DCS FM* atau kesalahan dalam konten acara yang dibawakan akan diperingatkan pada saat rapat. Sebuah pelanggaran atau kesalahan dalam perusahaan akan berurusan dengan HRD.

b. Evaluasi

Evaluasi program siaran Radio *DCS FM* dilakukan oleh *Program Director* dan *Manajer ON Air* acara melalui rapat *crew*. Evaluasi program acara radio *DCS FM* yang dilakukan tersebut juga akan menghasilkan ide-ide program baru dari *crew* yang akan dikemas menjadi program baru berikutnya. Evaluasi tersebut berupa bagaimana program siaran dibawakan oleh penyiar, respon pendengar dari SMS yang masuk saat program siaran itu berlangsung.

Evaluasi tersebut melibatkan langsung *crew* sebagai pihak *internal*, disamping evaluasi *internal* dilakukan juga evaluasi *eksternal* yaitu dengan pendengar radio. Meskipun tidak dilakukan secara langsung artinya mereka pendengar tidak dikumpulkan tapi melalui respon program melalui SMS, telepon, Facebook. Dalam menjalankan program di radio *DCS FM* akan muncul suatu kritik dan saran ataupun masukan berupa evaluasi program siaran yang disiarkan langsung kepada pengelola.

Evaluasi yang disampaikan kepada *crew* di dalam rapat program setiap tiga bulan sekali untuk *DCS FM*. Dalam rapat tersebut setiap *crew* menyampaikan kekurangan dan tugas siaran yang terbengkalai dalam mengelola program siaran yang dijalankan.

Evaluasi tersebut cenderung pada masalah sumber daya manusia yang telat datang siaran sehingga sering terjadi kekosongan siaran. Disamping rapat evaluasi program, evaluasi juga bisa disampaikan melalui rapat rutin tiap seminggu sekali. Evaluasi tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana dampak siaran apakah berjalan sesuai dengan perencanaan awal.

Pada mulanya evaluasi tersebut berjalan secara rutin dilaksanakan, namun sekarang-sekarang ini hal tersebut tidak berjalan lagi. Evaluasi dilakukan sambil jalan dan diberitahukan secara lisan pada penyiar maupun *crew* yang bersangkutan dengan jalannya program yang dilaksanakan.

B. Analisis Program Acara Radio *DCS FM*

Persaingan media penyiaran pada umumnya merupakan persaingan untuk meraih pendengar sebanyak-banyaknya. Sehingga pengelola jasa penyiaran radio atau televisi harus mengetahui siapa pendengar dan memahami serta harus mampu memenuhi kebutuhannya. Pada awal perkembangan media penyiaran di Indonesia pada umumnya pengelola media hanya menerka-nerka atau melakukan perkiraan untuk menentukan siapa sasaran pendengarnya.

Radio siaran dalam menciptakan identitasnya, ditentukan oleh format yang dipilihnya. Seperti yang dikemukakan oleh Masduki bahwa “Format bukan hanya sekedar musik tetapi merupakan formulasi dari produksi personalitas siaran dan program siaran.” Dan porsi masing-masing sebuah format ditentukan oleh keputusan pengelola. Dalam menentukan format ini pengelola harus melakukan analisis tepat mengenai tingkat kompetisi pasar dan khalayak sasaran yang diinginkan. Pemilihan format yang tepat akan dapat menentukan khalayak.⁴⁹

Menurut Pringle-Starr-McCavitt menjelaskan format bahwa: “*the programming of most stations is dominated by one principal content element or sound, known as format*” yang artinya program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format.⁵⁰ Adapun tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi dan menentukan sasaran pendengar dengan lebih spesifik dan sebagai langkah untuk menghadapi persaingan dengan media massa yang memiliki format serupa dalam rangka meraih pendengar. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, antara lain aspek demografis seperti kelompok umur, profesi atau jenis kelamin.

Menurut Pringle-Starr-McCavitt dalam buku Morrisson seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu: format musik, format informasi dan format khusus (*specialty*).⁵¹ Format musik merupakan format yang paling umum digunakan oleh hampir seluruh stasiun radio komersial. Format musik terbagi menjadi beberapa jenis yaitu: *adult contemporary, album oriented rock, beautiful music, classical, contemporary*

⁴⁹ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*. (Yogyakarta : LKiS, 2004), halaman 36.

⁵⁰ Pringle-Starr-McCavitt dalam buku Morrisson, *Manajemen Media Penyiaran*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), halaman 220.

⁵¹ *Ibid.*, halaman 220.

hit radio, classic rock, country, jazz, middle of road, oldies dan *urban contemporary*.

Format yang kedua yaitu Format informasi yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu: dominasi berita (*all news*). Format *all news* terdiri atas berita lokal, regional, nasional, internasional, laporan *feature*, analisis, komentar dan editorial. Target audien format ini adalah pendengar dengan rentang usia antara 15 hingga 40 tahun dengan tingkat pendidikan yang baik. Format informasi yang berikutnya adalah dominasi perbincangan (*all talk*) dan kombinasi dari dua format yaitu: *news talk* atau *talk news*. Sedangkan format khusus (*specialty*) adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan etnik dan agama.

Format Radio *DCS FM* adalah *Music n News* seperti yang disampaikan Manajer Program *DCS FM* Steven Octaviano bahwa ;

“Format Radio adalah General karena kalau di kota kecil belum terlalu bersegmented karena persaingannya kurang walaupun sekarang sudah bertambah banyak radio otomatis akan mengkotak-kotakan nantinya. Format *DCS* itu All General segmentasinya karena kita general berarti kita ambil semua yang remaja sampai yang dewasa sampai yang matang kita ambil semua.”⁵²

Berdasarkan data temuan peneliti akan menganalisis program siaran Radio *DCS FM* berdasarkan format siaran seperti yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Format Musik

Musik bagi Radio *DCS FM* adalah *sense of art* musik tidak sembarang musik yang masuk ke radio *DCS FM* karena musik yang diambil adalah musik yang dari segi artistiknya kelihatan. Pada awalnya Radio *DCS FM* bertagline *sense of music* sebelum teman setia anda. Sesuai taglinenya *sense of music* tentunya bisa menjadi *trendsetter* musik disekitarnya dan itu menjadikan ciri

⁵² Steven Octaviano, wawancara, 11 Januari 2011.

khas dari Radio *DCS FM*. Menuntut penyiar untuk berkreasi dalam menyampaikan musik bagi pendengarnya agar tidak monoton dan kualitas bermusik tetap terjaga bukan jenis musik yang pasaran. Sasaran utama pendengar dari format musik ini yaitu untuk kaum muda dan dewasa dengan rentang usia antara 15-40 tahun.

Format musik ditujukan untuk status, pendidikan dan pekerjaan seperti pelajar (SD, SMP, SMA, Sarjana), Wiraswasta, Karyawan, Ibu Rumah Tangga, Profesional Muda yang memiliki kepribadian mandiri, memiliki komitmen tinggi terhadap profesi, mapan dalam kehidupan pribadi dan profesi, *up to date* dalam informasi dan gigih dalam mengejar karir. Sedangkan untuk komposisi program Hiburan 60%, News 20%, Iklan 20 % dan komposisi musiknya Mancanegara 40%, Indonesia 30%, Dangdut 30 %. Seperti yang dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Contoh tabel program acara musik dan hiburan :

No	Program Acara	Segmentasi pendengar
1.	100% Indonesia Setiap hari Senin-Minggu, pukul 00.00-01.00	Status Sosial Ekonomi: A,B,C+ Rentang usia : 15 – 40 tahun
2.	Campur- campur Setiap hari Senin-Minggu, pukul 01.00-05.00	Jenis kelamin : Pria dan wanita
3.	BBC + Pagi Madiun Setiap hari Senin-Minggu, pukul 05.00-06.00	Status Marital : Single dan sudah menikah
4.	Pagi Madiun Setiap hari Senin-Minggu, pukul 06.00-07.00	Profesi: All Genre
5.	Kopi Pagi	

	Setiap Senin-Sabtu, pukul 07.00-08.00
6.	Goyang DCS Setiap Senin-Sabtu, pukul 09.00-11.00
7.	Indonesia 20 Setiap Minggu, pukul 09.00-10.00
8.	DCS New Entry Setiap Minggu, pukul 10.00-11.00
9.	Sunday Request Setiap Minggu, pukul 11.00-13.00
10.	Kawaks (gita 80-90) Setiap Senin-Sabtu, pukul 12.00-13.00
11.	DCS TOP 40 Setiap Minggu, pukul 13.00-16.00
12.	100% Manca Setiap Senin-Sabtu 14.00-15.00
13.	Pro Indo Setiap Senin-Sabtu, pukul 15.00-16.00
14.	Nihaoma Setiap Senin-Minggu, pukul 16.00-17.00
15.	Aksi Evening Setiap Senin-Sabtu, pukul 18.00-20.00
16.	Rock on Sunday

	Setiap Minggu, pukul 18.00-20.00
17.	Bursa Gita Setiap Kamis, pukul 20.00-21.00
18.	MIX INDO MANCA Setiap Jum'at, pukul 20.00-21.00
19.	DCS INDIE Setiap Minggu, pukul 20.00-21.00
20.	Request Line Setiap Senin-Jum'at dan Minggu, pukul 21.00-22.00
21.	Jalur bebas Setiap Sabtu, pukul 21.00-24.00
22.	Gita Nuansa Setiap Senin, Rabu, Kamis, dan Minggu, pukul 22.00-24.00
23.	Slow Rock session Setiap Selasa, pukul 22.00-24.00
24.	DCS Memory Setiap Jum'at, pukul 22.00-24.00

Table 1.5
(Sumber : Program siaran Musik Radio *DCS FM*)

2. Format informasi

Format Informasi di Radio *DCS FM* memiliki kategori program siaran yang khusus mengangkat topik-topik yang memiliki nilai *news* atau berita. Karena radio *DCS FM* memiliki stasiun televise juga jadi dalam pencarian berita digabung dengan Madiun TV. Radio *DCS FM* memiliki program acara mengenai informasi yang muncul setiap satu jam sekali yaitu program Lintas

Berita semacam *pressnews*. Sumber berita dan informasi diambil dari internet sebagai media informasi tercepat, Koran, majalah dan perbincangan yang saat ini menjadi topik pembicaraan.

Contoh tabel program acara berita :

No	Program Acara	Segmentasi Pendengar
1.	WWP Setiap Senin-Minggu, pukul 08.00-09.00	Status Sosial Ekonomi: A,B,C+ Rentang usia : 15 – 40 tahun
2.	Bumi Kita Setiap Minggu, pukul 07.00- 08.00	Jenis kelamin : Pria dan wanita Status Marital : Single dan sudah menikah
3.	Lintas Info DCS Setiap Senin-Sabtu, pukul 11.00-12.00	Profesi: All Genre
4.	Kabar suka Setiap Senin-Sabtu, pukul 17.00-18.00	

Tabel 1.6

(Sumber : Program acara Informasi Radio *DCS FM*)

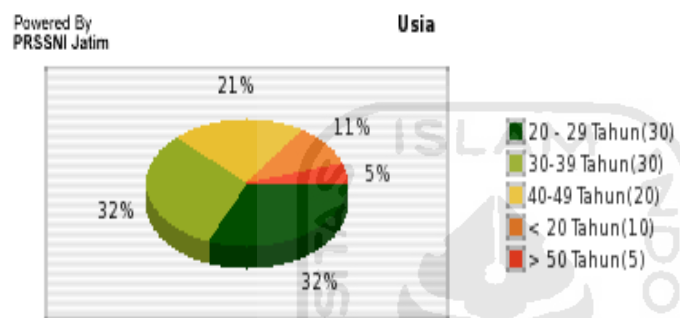
3. Segmentasi Pendengar Radio *DCS FM*

Mengidentifikasi Pendengar Radio *DCS FM* berdasarkan Segmentasi Demografis

Segmentasi demografis merupakan segmentasi pendengar berdasarkan data dalam peta kependudukan, antara lain: usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan atau pendapatan, agama atau kepercayaan, suku dan kebangsaan.

a. Segmentasi berdasarkan usia

Pendengar Radio *DCS FM* pada umumnya berada di rentang usia 15-40 tahun. Pendengar dengan rentang usia ini juga dianggap sudah matang dan dewasa. Kebutuhan utama pendengar dengan rentang usia ini biasanya cenderung lebih menyukai program siaran yang berisi hiburan yang berisi lagu-lagu top 40, topik bahasan khalayak umum, isu-isu global, perkembangan trend dalam dunia *life style* atau gaya hidup.



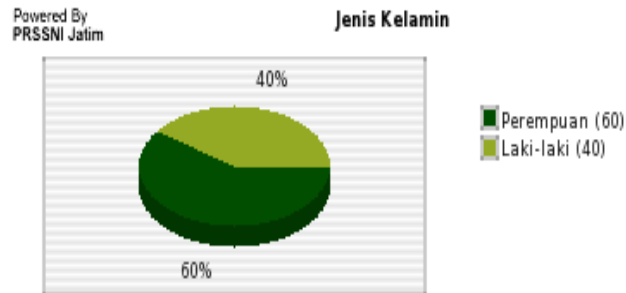
Gambar 2.8
(Sumber : PRSSNI Radio *DCS FM*)

Menurut Program Director radio *DCS FM* formatnya All General dimana remaja dan dewasa dijangkau. Akan tetapi Radio *DCS FM* lebih cenderung ke radio anak muda dengan segmentasi usia pada diagram PRSSNI menunjukkan 32% usia 20-29 tahun dimana usia anak muda paling banyak mendengarkan dan 32% pada usia 30-39 tahun usia produktif dan usia 40-49 tahun 20% usia dewasa. Sisanya 10 % pendengar usia dibawah 20 tahun dan 5 % usia lebih dari 50 tahun yang mendengarkan siaran Radio *DCS FM*.

b. Segmentasi berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan segmentasi jenis kelamin, pendengar Radio *DCS FM* pada umumnya adalah pria dan wanita. Dalam aktivitas penyiarannya, Radio *DCS FM* berusaha tidak membeda-bedakan pendengar baik dari jenis kelamin

pria dan wanita. Hal ini dikarenakan Radio *DCS FM* bukan radio dengan segmentasi jenis kelamin tertentu.

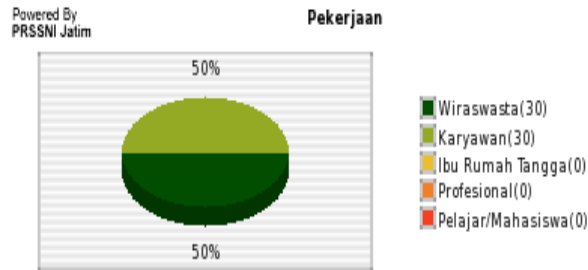


Gambar 2.9
(Sumber : PRSSNI Radio *DCS FM*)

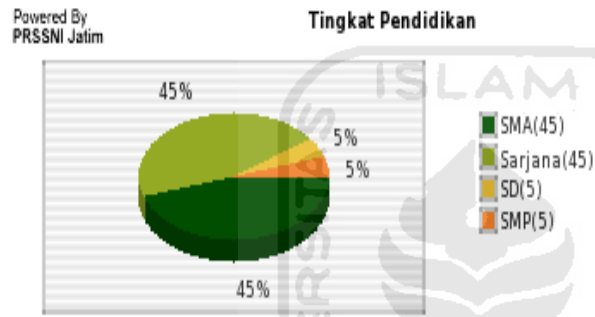
Segmentasi jenis kelamin pada Radio *DCS FM* didominasi oleh perempuan sebanyak 60% dan laki-laki 40%.

c. Segmentasi berdasarkan jenis pekerjaan dan tingkat pendidikan

Berdasarkan jenis pekerjaan, pendengar Radio *DCS FM* adalah Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, Karyawan, Ibu Rumah Tangga, Profesional Muda. Pendengar dari kalangan ini cenderung lebih menyukai program siaran yang berisi *news, life style* atau gaya hidup, informasi tentang lokasi dan jenis wirausaha. Penetapan ini didasarkan pada visi dan misi bersama radio *DCS FM* yaitu untuk Mewujudkan Radio *DCS FM* sebagai radio yang mampu memajukan masyarakat Madiun melalui aktifitas yang mendidik, informatif dan menghibur.



Gambar 3.0
(Sumber : PRSSNI Radio *DCS FM*)



Gambar 3.1
(Sumber : PRSSNI Radio *DCS FM*)

Radio *DCS FM* sebagai radio anak muda yang sebagian besar usia yang mendominasi berusia remaja dan produktif dan sebagian besar perempuan. Maka seharusnya pekerjaan yang mendominasi untuk mendengarkan siaran radio *DCS FM* adalah Pelajar/ Mahasiswa 30%, Ibu Rumah Tangga 30% dan Karyawan 20% sisanya adalah wiraswasta dan profesional muda yang memungkinkan mendengarkan siaran radio disela-sela pekerjaannya.

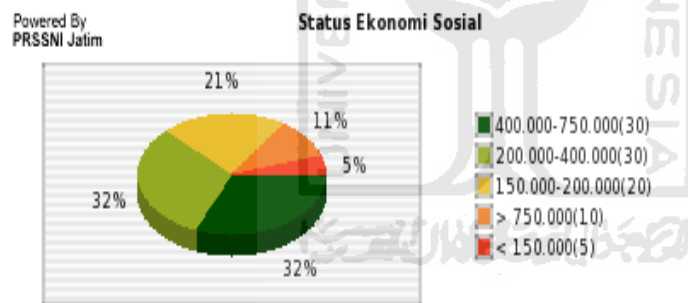
Tingkat pendidikan yang mendengarkan siaran radio *DCS FM* didominasi SMA 45%, dan Sarjana 45%, SD dan SMP 5 %.

d. Segmentasi berdasarkan tingkat penghasilan atau pendapatan

Berdasarkan tingkat penghasilan, pendengar Radio *DCS FM* berada dalam status sosial ekonomi yaitu A,B,C+. Menurut Lloyd Warner dalam buku Morissan (174-175) kelas sosial dapat dibagi menjadi enam bagian yaitu:⁵³

- 1) Kelas atas-atas (A+).
- 2) Kelas atas bagian bawah (A).
- 3) Kelas menengah atas (B+).
- 4) Kelas menengah bawah (B).
- 5) Kelas bawah bagian atas (C+).
- 6) Kelas bawah bagian bawah (C).

Untuk status sosial ekonomi pendengar Radio *DCS FM* terdapat beberapa penyesuaian sesuai dengan tingkat penghasilan pendengar di kota Madiun.



Gambar 3.2
(Sumber : PRSSNI Radio *DCS FM*)

Status Ekonomi Sosial yang mendengarkan siaran radio *DCS FM* yang paling banyak adalah Status Ekonomi Sosial pada penghasilan 400.000-750.000 yaitu kelas menengah atas (B+) 30% dan menengah bawah (B) 30% dengan penghasilan 200.000 - 400.000 kemudian kelas bawah bagian atas (C+) 20% dengan penghasilan 150.000 - 200.000, sedangkan kelas atas bagian bawah (A)

⁵³ Lloyd Warner dalam Morissan, *Op. Cit.*, hal. 174-175.

dengan penghasilan lebih dari 750.000 hanya 10% dan sisanya 5% kelas bawah bagian bawah (C) yang berpenghasilan kurang dari 150.000

4. Targetting Radio DCS FM

Targetting adalah pemilihan khalayak pendengar yang menjadi sasaran. Produk dari *targetting* adalah *target market* (pasar sasaran) yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi fokus kegiatan pemasaran. *Targetting* mempunyai dua fungsi sekaligus yaitu menyeleksi pasar sasaran sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu dan menjangkau pasar sasaran tersebut untuk mengkonsumsi nilai.⁵⁴ Target Radio *DCS FM* adalah penyebutan *audiens* oleh Radio *DCS FM* dengan sebutan Teman Setia. Sebutan untuk *audiens* mewakili pendengar di radio *DCS FM* yang bersegmen Anak Muda yang berusia 15-40 tahun.

5. Positioning

Dalam menentukan segmen pendengar yang tajam. Sebuah radio dapat melakukan *positioning* yang berkaitan dengan identitas bagi radio tersebut. Program-program ditampilkan sejalan dengan *positioning* dan akan sejalan pula dengan kebutuhan dan keinginan pendengar. Radio *DCS FM* dalam penanaman citra kepada pendengarnya dan calon pengiklan harus dapat berperan dalam menciptakan suguhan kepada pendengarnya. Melalui perencanaan yang matang dan penyajian acara yang menarik dapat memberikan manfaat. Dalam proses komunikasi pendengar berhak memilih media yang cocok dengan dirinya sendiri. Dengan hal ini maka radio *DCS FM* harus dapat mengambil strategi penyiaran yang tepat agar siaran-siaran yang disajikan dapat dipilih dan dinikmati oleh pendengarnya.

⁵⁴ Kasali, Rhenald. 1998. *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targetting, Positioning*. Jakarta: Gramedia (hal 415)

Positioning Radio DCS FM juga menjadi *tagline* adalah Teman Setia Anda, memosisikan DCS FM sebagai teman setia yang menempati apapun aktivitasnya.

Positioning dapat dinyatakan dengan station identity antara lain :

- 1) *Target Positioning* : station call, slogan, logo
- 2) Bahasa siaran
- 3) *Air Personality*
- 4) Acara unggulan
- 5) Aktifitas Off air dan sebagainya
- 6) Slogan
- 7) *Call sign*

C. Strategi Manajemen Programming Radio Moderato FM

Programming radio merupakan salah satu aktivitas dalam penyiaran yang khusus mengelola aktivitas program siaran, mulai dari perencanaan program sampai evaluasi program. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan stasiun penyiaran radio maka diperlukan suatu manajemen *programming* yang baik. Peter Pringle dalam Morissan memiliki pendekatan secara khusus untuk menentukan beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam aktivitas *programming* radio. Aspek-aspek tersebut tergabung dalam manajemen strategis program siaran yang terdiri dari perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program serta pengawasan dan evaluasi program.

Berdasarkan teori tentang manajemen strategis program siaran, peneliti akan menjabarkan proses manajemen *programming* di Radio Moderato FM. Adapun tahapan-tahapan manajemen *programming* di Radio Moderato FM seperti yang dijelaskan sebagai berikut:

1) Perencanaan (*Planning*)

Untuk perencanaan program siaran di Radio *Moderato FM* dipimpin langsung oleh *Broadcasting manager* sedangkan untuk aktivitas *programming* yang berlangsung di Radio *Moderato FM* sepenuhnya mendapatkan pengawasan langsung dari *general manager*. Di Radio *Moderato FM*, *General manager* merupakan nama lain dari posisi jabatan yang biasa dikenal dengan *station manager* namun memiliki tugas dan tanggung jawab yang hampir sama. *General manager* memiliki tanggung jawab penuh untuk melakukan pengawasan terhadap program-program siaran apa saja yang akan disiarkan di Radio *Moderato FM*. Hal ini bertujuan untuk menjamin agar program tersebut sesuai dengan format stasiun dan sesuai dengan visi misi Radio *Moderato FM*.

Broadcasting Manager atau Manajer siaran memiliki tugas pokok yaitu bertanggung jawab atas keseluruhan proses operasional siaran, kelancaran, pencapaian hasil, optimalisasi sumber daya penyiar, peningkatan produk siaran. Dalam ruang lingkupnya meliputi meeting mingguan untuk evaluasi siaran, perencanaan, dan pengembangan program, pengembangan dan scheduling program musik, pengembangan *colors* siaran, *bridging*, *cross promo*, *smash*, *jingle*, dll, berkoordinasi dengan divisi produksi, mencermati konsistensi positioning, persepsi positif, *brand image*, semangat tim dan *air personality* serta kualitas program, mengevaluasi progress report kinerja bagian siaran.

Pembuatan perencanaan radio *Moderato FM* dalam program acaranya dijelaskan oleh Manajer siaran Dian Ratna, Spd. Pembuatan ide siaran beberapa di kerjakan oleh penyiar tetapi harus dikontrol oleh Kabag. Produksi dan *Music Director* dalam pengambilan lagu dari internet. Dievaluasi oleh Manajer siaran dan kemudian dilaporkan perkembangannya kepada *General Manager*.

“Perencanaan program acara yang selalu kita rapatkan bersama dan kita tentukan sesuai format dan target pendengar. Program acara yang isinya akan menarik pendengarnya bersama divisi program acara lainnya. Kita

meeting, meeting itu ada meeting rutin misalnya sebulan sekali ada meeting yang fleksibel dimana ada something yang mau dibicarakan dan kita bicarakan bareng-bareng. Janjian dulu nanti bisanya kapan nanti bisa meeting bareng trus ada juga yang langsung personal sama penyiarnya. Misalnya penyiarnya ini kok mengalami penurunan ya...jadi aku musti dari hati ke hati sama penyiarnya kenapa, ada masalah apa? Tuntutannya apa? Jadi ada 3 macam.”⁵⁵

Adapun alur perencanaan program siaran di Radio *Moderato FM*, seperti yang dijelaskan dalam gambar berikut ini:



Bagan Alur Perencanaan Program Radio Moderato FM

Gambar 3.3

(Sumber: Diolah dari hasil wawancara dengan Manajer Siaran; Dian Ratna, S.pd)

Perencanaan program baru di radio *Moderato FM* disepakati dalam 6 bulan dijalankan dan melihat reaksi dari pendengar dan pengiklan yang masuk. Jika dalam 3 bulan sudah terlihat mengalami penurunan maka program acara yang baru tersebut dihentikan tetapi jika mengalami peningkatan maka program acara dilanjutkan dan dikembangkan.

Tahap – Tahap Perencanaan Radio *Moderato FM* Teori dan Temuan :

Perencanaan (<i>planning</i>)	Radio Moderato FM
Perencanaan produksi (produksi house)	Mempersiapkan materi siaran, mempersiapkan penyiar, mempersiapkan request line, Meeting

⁵⁵ Dian Ratna, Spd , wawancara, 4 Januari 2011

Perencanaan pengadaan sarana dan prasarana	Mempersiapkan alat-alat siaran dan mengecek suara sebelum mengudara
Perencanaan administrasi	Merencanakan dana untuk sebuah program acara, menentukan penyiar yang tangguh didalamnya, menentukan iklan yang masuk pada program acara sesuai strategi marketing dan segmen iklan.

Tabel 1.7
Temuan dan Analisa

2) Pengorganisasian (*Organization*)

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupi. Menurut Morissan dua aspek utama penyusunan struktur organisasi adalah departementalisasi dan pembagian kerja. Departementalisasi merupakan pengelompokan kegiatan-kegiatan kerja suatu organisasi agar kegiatan-kegiatan yang sejenis dan saling berhubungan dapat dikerjakan bersama sehingga tercemin pada struktur formal suatu organisasi dan tampak atau ditunjukkan oleh suatu bagan organisasi.⁵⁶ Pembagian kerja adalah perincian tugas pekerjaan agar setiap individu dalam organisasi bertanggungjawab untuk melaksanakan kegiatan.

Struktur organisasi stasiun penyiaran menurut Morissan pada umumnya tidak memiliki standar baku.⁵⁷ Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda-beda satu sama lain bahkan pada wilayah yang sama stasiun penyiarannya tidak memiliki struktur organisasi yang persis atau sama.

⁵⁶ Morissan, *Op. Cit.*, halaman 142.

⁵⁷ *Ibid.*, halaman 143.

Perbedaan ini biasanya disebabkan oleh perbedaan skala usaha atau besar kecilnya stasiun penyiaran.

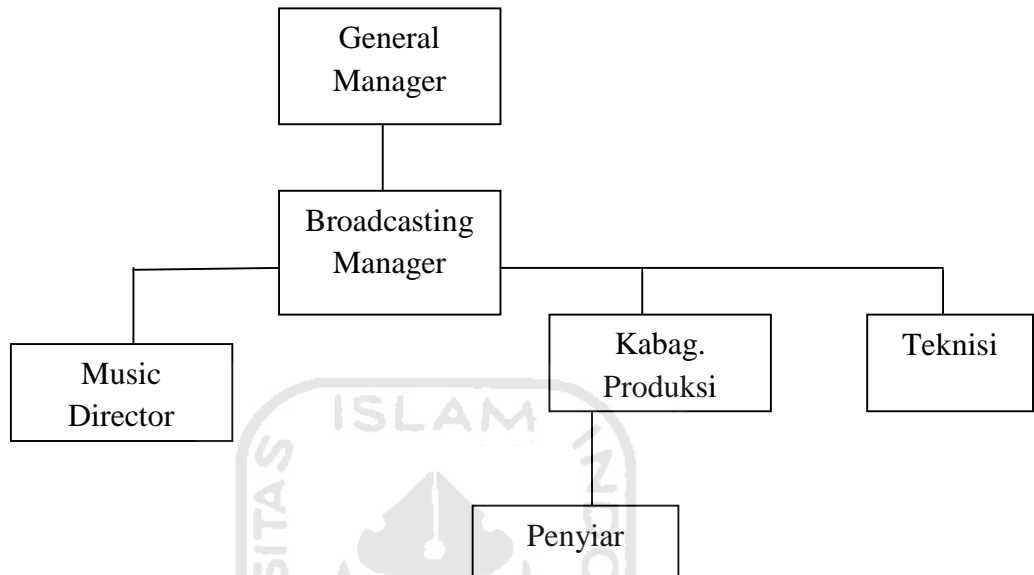
Organisasi radio *Moderato FM* dikelola sesuai struktur organisasi dan jobdeskripsi masing-masing divisi. Perdivisi memiliki tugas dan tanggungjawab sendiri dalam menjalankan fungsi organisasi sesuai ketentuan. Morissan menyatakan bahwa setiap bagian dari struktur organisasi harus memiliki paparan kerja atau *job description* yang jelas untuk memahami batas wewenang dan tanggungjawab diantara para manajer.⁵⁸

Pengelolaan organisasi di radio *Moderato FM* di lakukan secara kekeluargaan dimana tidak menjadikan suatu jabatan yang tertinggi itu tidak mau berbagi. Di radio *Moderato FM* mengedepankan kekeluargaan dimana karyawan lama mengayomi karyawan baru, atasan membimbing bawahannya. Dapat menempatkan diri sebagai jabatan dalam pekerjaan.

Radio *Moderato FM* memiliki 22 *crew* radio dari seluruh divisi. Divisi program acara memiliki 13 *crew*, bagian yang memiliki tanggung jawab dalam mengelola program dalam stasiun penyiaran adalah departemen atau divisi program. Divisi program Radio *Moderato FM* terdiri atas *general manager*, *broadcasting manager*, *music director*, kabag. produksi, teknisi, penyiar.

⁵⁸ *Ibid.*, halaman 144.

Struktur Organisasi Sumber Daya Manusia Bagian Pemrograman



Gambar 3.4 Struktur Organisasi Divisi Programming radio *Moderato FM*

Broadcasting manager Radio *Moderato FM* adalah seseorang yang diberikan tugas dan tanggung jawab untuk memimpin pelaksanaan *programming* di Radio *Moderato FM*. *Broadcasting manager* memiliki wewenang atas keseluruhan proses operasional siaran, kelancaran, pencapaian hasil, optimalisasi sumber daya penyiar, peningkatan produk siaran.

Dalam struktur organisasi divisi *broadcasting manager* juga membawahi beberapa divisi antara lain:

- Kabag. Produksi yang bertanggungjawab mengkoordinasi seluruh kegiatan siaran untuk mencapai kinerja optimal dan melaksanakan tugas sesuai dengan pengarahan Manajer Siaran dalam hal kinerja tim siar.
- Music Director* bertanggungjawab terhadap penempatan musik untuk program siaran.
- Teknisi bertanggungjawab terhadap kelancaran alat-alat tehnik untuk keperluan siaran dan studio dan pemeliharaan dan perbaikan alat-alat

- tehnik perusahaan dan melakukan upaya / kontak-kontak eksternal dalam hal tehnik.
- d. Penyiar bertanggungjawab terhadap kelancaran operasional siaran harian yang berkaitan dengan tugas kepenyiaran dan mengkomunikasikan materi siaran sampai ke pendengar dengan kesadaran tinggi untuk melaksanakannya secara semangat, enerjik, hangat, akrab, dan ceria sesuai format acara.

3) Pelaksanaan (*Actuating*)

Pelaksanaan adalah tindakan selanjutnya dalam menejemen untuk memproses perencanaan program, produksi siaran, proses siaran dan *out put* kegiatannya. Pelaksanaan ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori Darwanto yaitu :

a. Perencanaan *Programming* Radio *Moderato FM*

Perencanaan Program pada radio *Moderato FM* adalah perencanaan dilaksanakan melalui rapat rutin yang di adakan setiap sebulan sekali. Dari rapat tersebut, *Broadcasting Manajer* menentukan kembali target pendengar dan seperti apa sasarannya. Rapat bersifat fleksibel yang jika ada sesuatu yang harus dibicarakan maka rapat tersebut harus dilaksanakan. Rapat perbulan membahas evaluasi penyiar dan perkembangan progam acara di radio *Moderato FM*. Untuk rapat keseluruhan bersama direksi-direksi dilaksanakan tiga bulan sekali untuk membahas keseluruhan untuk radio *Moderato FM*. Dalam proses perencanaan program siaran, manajer siaran akan melakukan *meeting* bersama divisi yang berhubungan langsung dengan aktivitas *programming* di Radio *Moderato FM*. Dalam *meeting* tersebut akan membahas program-program siaran yang akan di *on-air* kan dan segala hal yang mendukung kesuksesan penyelenggaraan program siaran. Dalam proses perencanaan program siaran, manajer siaran Radio *Moderato FM* juga dibantu oleh seorang koordinator

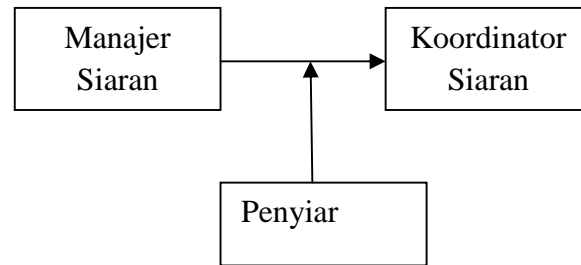
siaran. Dalam hal ini koordinator siaran bertugas mengkoordinasi seluruh kegiatan siaran untuk mencapai kinerja optimal, *monitoring* kualitas siaran, penyiar dan konsistensi *positioning*.

Untuk sumber ide program-program siaran di Radio *Moderato FM* umumnya berasal dari dua sumber yaitu: manajemen, misalnya manajer siaran atau koordinator siaran dan sumber ide yang berasal dari luar manajemen, misalnya: penyiar. Sebagai penyiar harus pintar menarik pendengar dalam segi *Airpersonality nya* atau cara bersiarannya yang dapat menarik pendengarnya. Seperti yang dikemukakan oleh Dian Ratna, Spd selaku manajer siaran sebagai berikut:

“Buat sumber ide program di Radio Moderato FM, kita punya dua sumber pintu ide program yaitu dari dalam manajemen, misalnya saya sebagai Manajer Siaran dan ada juga dari koordinator penyiaran lalu ada juga dari luar manajemen yaitu penyiar. Jadi penyiar untuk memperoleh pendengar itu tergantung gimana caranya. Jadi gini, setiap penyiar itu memang harus punya karakter sendiri. Misalnya bawain acara, si A punya gaya siaran yang seperti itu yang sudah mendapatkan reaksi pendengar yang sangat bagus. Walau seperti itu penyiar B ketika masuk di ruang siaran si A itu gak boleh dengan gaya siaran si A dia harus punya style sendiri punya karakter sendiri. Penyiar itu tidak boleh keliatan sombong, tidak boleh kelihatan menggurui tidak boleh inden walaupun mungkin dia dalam kondisi yang tidak baik. Pokonya dia harus punya *Airpersonality* namanya *Airpersonality* jadi punya kepribadian diri di udara. Pendengar itu bisa menilai penyiar yang dia dengarkan lewat apa yang dia utarakan secara bahasanya, pilihan katanya itu keliatan banget. Jadi, kepribadian penyiarnya itu seperti apa. Kita menarik pendengar itu lewat kepribadian kita seperti apa. Jadi lebih ke *Airpersonality* ke tampilan acaranya, isinya acaranya itu apa, supaya pendengar itu mau mendengarkan kita. Kalau acaranya gak berisi cuma request-diputerin, request-diputerin kan gak ada something yang bisa dipelajari sama penyiarnya gitu.”⁵⁹

⁵⁹ Dian Ratna, Spd. Wawancara, 4 Januari 2011

Sumber Ide perencanaan program acara seperti gambar berikut:



Bagan Alur perencanaan ide program acara radio *Moderato FM*

Gambar 3.5

(Sumber: Diolah dari hasil wawancara dengan Manajer Siaran; Dian Ratna, S.pd)

b. Produksi Siaran Radio *Moderato FM*

Menurut Darwanto proses produksi baik televisi maupun radio melalui empat tahap yaitu *Pre Production Planning*, *Set Up and Rehearshal*, *Production*, dan *Post Production*.⁶⁰ Dalam mencari, menyeleksi dan mengolah informasi menjadi suatu berita harus melalui prosedur yang ada. Pada dasarnya proses pengolahan berita mengikuti prosedur yang dinamakan SOP (*Standart Operation Procedure*), yakni proses pengolahan berita dengan empat tahapan. Tahapan-tahapan tersebut adalah:⁶¹

1. *Pre Production Planning*

Pada Radio *Moderato FM* ide untuk merencanakan program baru didapat dari siapapun, penyiar radio *Moderato FM* atau kerabat *Moderato* . Jika ide yang diperoleh dapat menjadi masukan program acara atau perubahan bagi radio *Moderato FM* kemudian akan di seleksi melalui rapat oleh

⁶⁰ Darwanto, *Manajemen Programa dan Program Siaran*, (Yogyakarta : Japan International Cooperation Agency (JICA), Multi Media Training Centre, 1993), halaman 157.

⁶¹ *Ibid.*, halaman 157.

Divisi Program Acara untuk membahas masukan ide yang nantinya dipakai atau tidak.

2. *Set Up and Rehearshal*

Radio *Moderato FM* dalam proses pengoperasian alat disaat siaran dilakukan oleh penyiar. Penyiar mengoperasikan sendiri alatnya disaat bersamaan pada waktu siaran antara lain mengoperasikan Komputer, request lagu, memutar lagu, mencari lagu, mengoperasikan *mixer*.

3. *Production*

Program acara pada radio *Moderato FM* yang diproduksi setelah mendapatkan liputan siaran kemudian diproduksi memerlukan proses adalah program acara Insert. Ditentukan topik yang akan ditayangkan kemudian mencari narasumber untuk dilakukan wawancara dan setelah itu dilakukan proses editing.

4. *Post Production*

Produksi yang dilakukan secara editing suara, pengisian narasi, pengisian *sound effect* dan ilustrasi biasanya dilakukan oleh radio *Moderato FM* disaat pembuatan iklan. Sesuai permintaan klien iklan dibuat semenarik mungkin dan sesuai dengan produk iklan yang akan dibuat. Kemudian oleh koordinator siaran dan tim marketing akan meminta contoh iklan sebelumnya untuk di edit kembali atau di daur ulang kemudian di tunjukan kepada klien. Jika disetujui dan cocok akan di buat secara *tapping*.

Produksi Siaran di radio *Moderato FM* Selain melibatkan *Broadcasting manager* dan koordinator siaran, aktivitas produksi program siaran di Radio *Moderato FM* juga melibatkan sejumlah pihak yang memiliki kemampuan dalam mendukung terselenggaranya produksi program siaran di Radio *Moderato FM* antara lain seperti *music director* yang bertugas untuk

memonitoring terhadap perkembangan musik dan pemutaran lagu di siaran setiap hari. Selain memiliki kemampuan untuk memproduksi sendiri program siarannya, Radio *Moderato FM* juga memiliki kemampuan untuk memberikan jasa pelayanan dalam memproduksi program-program siaran berdasarkan permintaan klien atau sponsor.

Radio *Moderato FM* menginginkan hasil yang sesuai rencana, dan dibutuhkan tahapan tahapan produksi siaran seperti penyiar yang mampu menyumbangkan ide untuk bahan produksi siaran.

Urutan produksi siaran dapat dijelaskan oleh Manajer siaran Radio *Moderato FM* sebagai berikut :

“proses produksinya itu sendiri itu kita record mayoritas itu kita record kecuali kalau acara tertentu kita live misalnya kaya Natal, Lebaran, Tahun Baru itu kita live. Nah itu proses produksinya yang jelas setiap petugas kalau kita di Moderato, kalau di radio lain yang boleh memproduksi itu hanya bagian produksi saja mungkin ya tapi kalau di Moderato itu memang diwajibkan setiap penyiar mempunyai ketrampilan recording biasanya kita pakai top edition atau gak pro edit pro. Nah setelah lepas penyiar menyelesaikannya nanti di cek dulu sama music director kalau gak sama Kabag. Produksinya layak gak si ini untuk diputer tapi kalau misalnya udah oke, ya nanti bisa diputer kita udarakan. Setelah di udarakan nanti kurang lebihnya tanggungjawab saya ngecek, kurangnya dimana, lebihnya dimana terus nanti disampaikan lagi sama yang bertugas di program itu dilakukan revisi nanti diperbaiki di episode berikutnya.”⁶²

Dalam mengukur keberhasilan produksi program siaran radio *Moderato FM* dilakukan dengan cara evaluasi dan dilihat dari rating radio dalam memperoleh pendengar. Saran dan kritik dari pendengar secara *On air* maupun datang langsung.

c. Proses Siaran Radio *Moderato FM*

Proses siaran adalah tahap radio *Moderato FM* menyiarkan program siaran yang telah siap. Proses siaran dilakukan sesuai dengan jadwal yang telah

⁶² Dian Ratna, Spd. Wawancara, 4 Januari 2011

ditentukan. Hasil proses siaran *Moderato FM* tersebut berupa siaran langsung yang langsung disiarkan. Hasil dan proses siaran ini adalah *out put* berupa program siaran yang hingga sekarang masih berjalan sebagai program yang disiarkan oleh radio *Moderato FM*.

Radio *Moderato FM* melakukan proses siaran tanpa adanya naskah. Sumber materi penyiar adalah internet, newspaper, novel, dan tips-tips untuk informasinya. Sesuai dengan ketentuan konten yang ada pada SOP. Pelaksanaan tersebut juga tidak boleh menyalahi aturan konten yang telah ditentukan. Karena hal tersebut dapat mengakibatkan persamaan apa yang telah disampaikan dari penyiar sebelumnya. Untuk itu penyiar haruslah mengisi Log siaran agar penyiar selanjutnya tahu materi yang sudah dibacakan pada siaran sebelumnya. Setelah proses siaran selesai penyiar diwajibkan mengisi absen siaran tiap harinya, dan Log siaran untuk evaluasi dan gaji yang akan diterima perjam siaran.

Berikut penjelasan dari Manajer siaran mengenai proses siaran radio *Moderato FM* :

“Moderato itu Invesnya ada Delta Maggi, ada focus pada keluarga, trus ada VOA, trus ada dialog acara islam, ada star news, ada fresh news, macaem2. Nah itu yang biasanya program relay, ya kita gak masalah bisa langsung smash antara lagu sama relay. Tapi untuk acara yang tadi saya sebutin itu untuk insert2 dan lain-lain biasanya kita di ruang produksi itu kita kerjain dulu. Memang ada intensitasnya, ada beberapa insert yang ada programnya. Ada beberapa insert yang dikerjain sama penyiarnya. Insert yang dikerjakan sama penyiarnya musti dibawah pengawasan atau control dari Kabag. Produksi kalau gak ya dari Musik Director. Biasanya kita kayak Dowload lagu gitu kan, download lagu itu gak boleh langsung diputer. Jadi musti diseimbangin dulu di Mix, trus di normalin kayak apa gitu.”⁶³

⁶³ Dian Ratna, Spd. Wawancara, 4 Januari 2011

4) Pengawasan dan Evaluasi

a. Pengawasan

Pengawasan merupakan suatu hal yang terpenting dari proses manajemen program suatu organisasi. Langkah untuk menentukan apa yang telah dicapai dengan mengadakan evaluasi dan mengambil tindakan untuk menjamin hasilnya sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Radio Moderato FM melakukan pengawasan terhadap siarannya, disamping evaluasi program siarannya. Hal tersebut bertujuan untuk mengetahui kelemahan dan kesalahan tindakan penyiar dengan maksud untuk memperbaiki dan mencegah agar kesalahan tersebut tidak terulang lagi, sehingga sesuai dengan perencanaan awal.

Pengawasan dilakukan langsung oleh pimpinan radio, sedangkan program acara yang berjalan diawasi oleh Manajer Siaran. Apabila ada kesalahan dan pelanggaran yang terjadi maka akan dilakukan peneguran secara langsung untuk memperbaiki kesalahan. Peneguran kesalahan dalam menjalankan siaran di radio *Moderato FM* atau kesalahan dalam konten acara yang dibawakan akan diperingatkan pada saat rapat atau selesai siaran. Peneguran yang dilakukan secara langsung, dengan cara hati ke hati berbicara selayaknya teman jika penyiar mengalami masalah agar kinerja *crew* tidak terganggu dan tidak *drop* dalam menjalankan tugasnya.

b. Evaluasi

Evaluasi program siaran Radio *Moderato FM* dilakukan oleh Manajer Siaran dan coordinator siaran melalui rapat *crew*. Evaluasi program acara radio *Moderato FM* yang dilakukan tersebut juga akan menghasilkan ide-ide program baru dari *crew* yang akan dikemas menjadi program baru berikutnya. Evaluasi tersebut berupa bagaimana program siaran dibawakan oleh penyiar, respon pendengar dari SMS yang masuk saat program siaran itu berlangsung. Evaluasi

tersebut melibatkan langsung *crew* sebagai pihak *internal*, disamping evaluasi *internal* dilakukan juga evaluasi *eksternal* yaitu dengan pendengar radio tersebut. Meskipun tidak dilakukan secara langsung artinya mereka pendengar tidak dikumpulkan tapi melalui respon program melalui SMS ataupun kertas *request*. Dalam menjalankan program di radio *Moderato FM* akan muncul suatu kritik dan saran ataupun masukan berupa evaluasi program siaran yang disiarkan langsung kepada pengelola.

D. Analisis Program Acara Radio *Moderato FM*

Persaingan media penyiaran pada umumnya merupakan persaingan untuk meraih pendengar sebanyak-banyaknya. Sehingga pengelola jasa penyiaran radio atau televisi harus mengetahui siapa pendengar dan memahami serta harus mampu memenuhi kebutuhannya. Pada awal perkembangan media penyiaran di Indonesia pada umumnya pengelola media hanya menerka-nerka atau melakukan perkiraan untuk menentukan siapa sasaran pendengarnya.

Radio siaran dalam menciptakan identitasnya, ditentukan oleh format yang dipilihnya. Seperti yang dikemukakan oleh Masduki bahwa “Format bukan hanya sekedar musik tetapi merupakan formulasi dari produksi personalitas siaran dan program siaran.”⁶⁴ Dan porsi masing-masing sebuah format ditentukan oleh keputusan pengelola. Dalam menentukan format ini pengelola harus melakukan analisis tepat mengenai tingkat kompetisi pasar dan khalayak sasaran yang diinginkan. Pemilihan format yang tepat akan dapat menentukan khalayak.

Menurut Pringle-Starr-McCavitt menjelaskan format bahwa: “*the programming of most stations is dominated by one principal content element or sound, known as format*” yang artinya program sebagian besar stasiun radio

⁶⁴ Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*. (Yogyakarta : LKiS, 2004) halaman 36.

didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang utama yang dikenal dengan format.⁶⁵ Adapun tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi dan menentukan sasaran pendengar dengan lebih spesifik dan sebagai langkah untuk menghadapi persaingan dengan media massa yang memiliki format serupa dalam rangka meraih pendengar. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, antara lain aspek demografis seperti kelompok umur, profesi atau jenis kelamin.

Menurut Pringle-Starr-McCavitt dalam buku Morrisian seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok, yaitu: format musik, format informasi dan format khusus (*specialty*). Format musik merupakan format yang paling umum digunakan oleh hampir seluruh stasiun radio komersial.⁶⁶ Format musik terbagi menjadi beberapa jenis yaitu: *adult contemporary, album oriented rock, beautiful music, classical, contemporary hit radio, classic rock, country, jazz, middle of road, oldies* dan *urban contemporary*.

Format yang kedua yaitu Format informasi yang terbagi menjadi dua bagian, yaitu: dominasi berita (*all news*). Format *all news* terdiri atas berita lokal, regional, nasional, internasional, laporan *feature*, analisis, komentar dan editorial. Target audien format ini adalah pendengar dengan rentang usia antara 20-55 tahun dengan tingkat pendidikan yang baik. Format informasi yang berikutnya adalah dominasi perbincangan (*all talk*) dan kombinasi dari dua format yaitu: *news talk* atau *talk news*. Sedangkan format khusus (*specialty*) adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan etnik dan agama.

Format Radio *Moderato FM* adalah *Music n Information* seperti yang disampaikan Manajer Siaran Dian Ratna, Spd bahwa ;

“cenderung ke dewasa dan professional muda. Formatnya musik adult contemporary. Jadi walaupun kita punya program untuk remaja tapi

⁶⁵ Morrisian *Op.,Cit* halaman 220.

⁶⁶ *Ibid.*, halaman 220.

musik yang kita pilih itu benar-benar selektif, kita gak boleh puter RnB yang dari awal sampai akhir itu gak boleh, Hardrock itu juga gak boleh. Jadi benar-benar dilarang, music yang kita puter tu bagaimana pendengar yang ngedengerin itu siapapun dan usia berapapun bisa nyaman dan gak mau matiin radio.”⁶⁷

Berdasarkan data temuan peneliti akan menganalisis program siaran Radio *Moderato FM* berdasarkan format siaran seperti yang dijelaskan sebagai berikut :

1. Format Musik

Untuk memenuhi kebutuhan pendengar terhadap siaran musik, Radio *Moderato FM* selalu berusaha memutar musik-musik terbaik. Adapun format musik yang diusung Radio *Moderato FM* adalah *adult contemporary*. 70% musik yang disukai oleh pendengar adalah musik Indonesia. Jadi Acara-acara yang dipunya tidak didominasi oleh tembang-tembang manca Negara. Tembang didominasi oleh tembang dalam negeri. Sasaran utama pendengar dari format musik ini yaitu untuk kaum muda dan dewasa dengan rentang usia antara 20-55 tahun serta memiliki kepribadian berdaya beli tinggi.

Format musik ditujukan untuk status, pendidikan dan pekerjaan seperti pelajar (SD, SMP, SMA, Sarjana), Wiraswasta, Karyawan, Ibu Rumah Tangga, Profesional Muda yang memiliki kepribadian mandiri, memiliki komitmen tinggi terhadap profesi, mapan dalam kehidupan pribadi dan profesi, *up to date* dalam informasi dan gigih dalam mengejar karir. Sedangkan untuk komposisi program; berita dan informasi 30%, Pendidikan 10%, Hiburan 60%, komposisi music; Pop Indo dan Dangdut 50%, Manca Negara 35%, daerah 15%.

⁶⁷ Dian Ratna, Spd. Wawancara, 4 Januari 2011

Contoh table program acara musik dan hiburan :

No.	Program Acara	Segementasi Pendengar
1.	Galeri Pop Indo Setiap hari Senin-Minggu, pukul 09.00-12.00	Status Sosial Ekonomi: Menengah dan menengah atas (A,B,C+ Class) Rentang usia : 20 – 55 tahun
2.	Galeri dangdut Setiap hari Senin-Minggu, pukul 12.00-14.00	Jenis kelamin : Pria dan wanita Status Marital : Single dan sudah menikah
3.	Expresso Setiap hari Senin-Minggu, pukul 14.00-16.00	Profesi: Pelajar, Mahasiswa, Pengusaha, Ibu Rumah Tangga, Profesional Muda
4.	Galeri Indonesia Setiap hari Senin-Minggu, pukul 18.00-20.00	
5.	Galeri Campursari Setiap hari Senin-Minggu, pukul 20.00-22.00	
6.	Bingkai Nostalgia Setiap hari Senin-Minggu, pukul 22.00-24.00	

Tabel 1.8

(Sumber : Program Acara Musik Radio *Moderato FM*)

2. Format informasi

Adapun untuk format informasi, Radio *Moderato FM* memiliki kategori program siaran yang khusus mengangkat topik-topik yang memiliki nilai *news* atau berita. Adapun yang termasuk dalam kategori ini antara lain: program siaran cakrawala pagi, buletin dan *reportase*. *Talk show news* adalah

program siaran perbincangan dan diskusi dengan narasumber untuk membahas topik-topik yang memiliki nilai berita dan informasi bagi pendengar

Contoh table program acara berita :

No.	Program Acara	Segementasi Pendengar
1.	Cakrwala pagi Setiap hari Senin-Minggu, pukul 05.00-09.00	Status Sosial Ekonomi: Menengah dan menengah atas (A,B,C+ Class) Rentang usia : 20 – 55 tahun Jenis kelamin : Pria dan wanita Status Marital : Single dan sudah menikah Profesi: Pelajar, Mahasiswa, Pengusaha, Ibu Rumah Tangga, Profesional Muda

Table 1.9

(Sumber : Program acara Informasi Radio *Moderato FM*)

3. Segmentasi Pendengar Radio *Moderato FM*

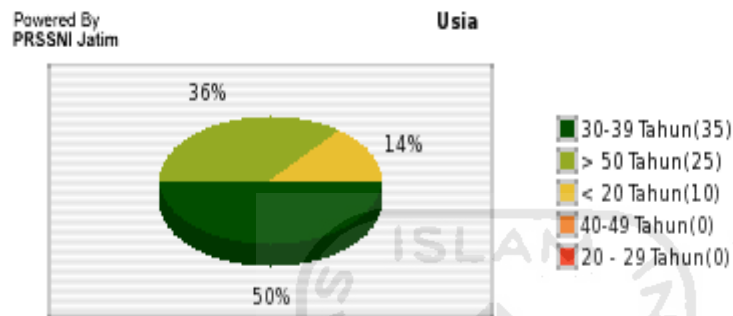
Mengidentifikasi pendengar Radio *Moderato FM* berdasarkan segmentasi demografis

Segmentasi demografis merupakan segmentasi pendengar berdasarkan data dalam peta kependudukan, antara lain: usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan atau pendapatan, agama atau kepercayaan, suku dan kebangsaan.

a. Segmentasi berdasarkan usia

Pendengar Radio *Moderato FM* pada umumnya berada di rentang usia 20-55 tahun. Pendengar dengan rentang usia ini juga dianggap sudah matang dan dewasa. Kebutuhan utama pendengar dengan rentang usia ini biasanya

cenderung lebih menyukai program siaran yang berisi *news* yang membahas tentang peristiwa-peristiwa yang sedang menjadi topik bahasan khalayak umum, isu-isu global, perkembangan trend dalam dunia *life style* atau gaya hidup.

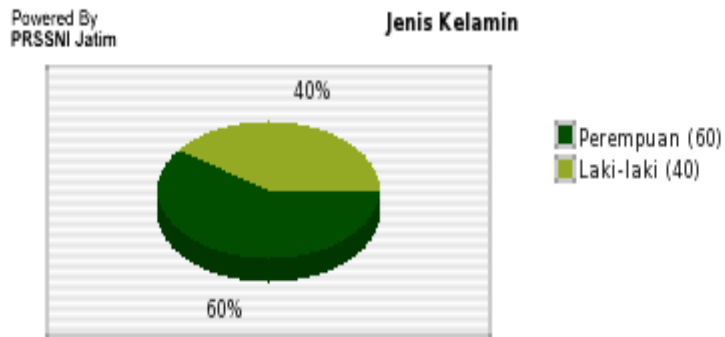


Gambar 3.6
(Sumber : PRSSNI Radio *Moderato FM*)

Menurut Manajer siaran radio *Moderato FM* segmentasi radio cenderung ke dewasa dan professional muda diperkuat oleh diagram PRSSNI yang menyatakan bahwa usia 30-39 tahun usia dewasa yang mendengarkan siaran radi moderato sebnyak 35% dan lebih dari usia 50 tahun 25% dan sisanya adalah kurang dari 20 tahun 10%.

b. Segmentasi berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan segmentasi jenis kelamin, pendengar Radio *Moderato FM* pada umumnya adalah pria dan wanita. Dalam aktivitas penyiarannya, Radio *Moderato FM* berusaha tidak membeda-bedakan pendengar baik dari jenis kelamin pria dan wanita. Hal ini dikarenakan Radio Moderato FM bukan radio dengan segmentasi jenis kelamin tertentu.

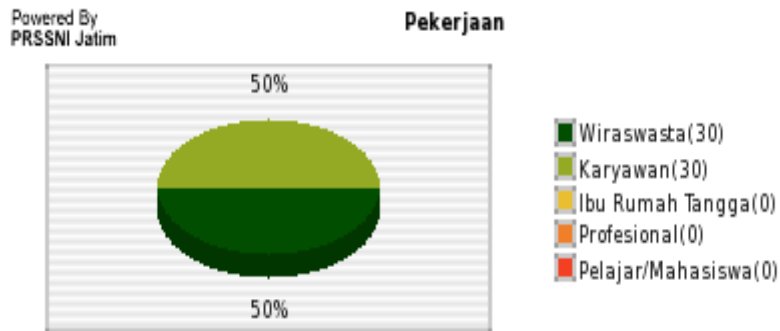


Gambar 3.7
(Sumber : PRSSNI Radio *Moderato FM*)

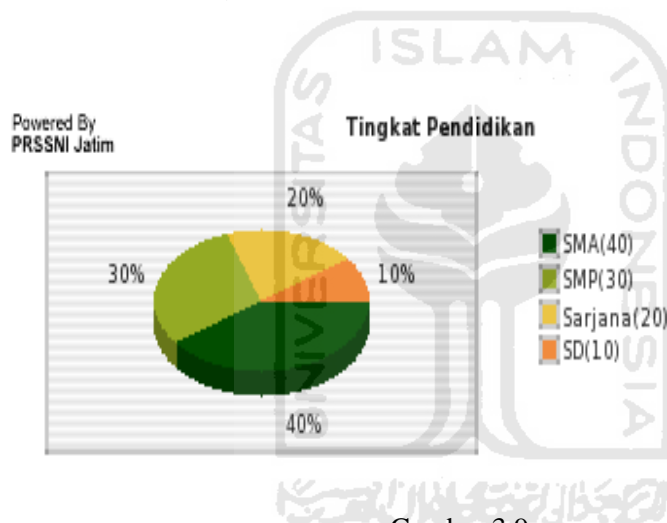
Pendengar Radio *Moderato FM* yang paling banyak adalah perempuan 60% dari laki-laki yang hanya 40%.

c. Segmentasi berdasarkan jenis pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan, pendengar Radio *Moderato FM* adalah Pelajar/Mahasiswa, Wiraswasta, Karyawan, Ibu Rumah Tangga, Profesional Muda. Pendengar dari kalangan ini cenderung lebih menyukai program siaran yang berisi *news, life style* atau gaya hidup, informasi tentang lokasi dan jenis wirausaha. Penetapan ini didasarkan pada visi dan misi bersama radio *Moderato FM* yaitu menjadi salah satu dan satu-satunya radio pilihan yang dapat memenuhi selera masyarakat Madiun dan sekitarnya di berbagai bidang.



Gambar 3.8
(Sumber : PRSSNI Radio *Moderato FM*)



Gambar 3.9
(Sumber : PRSSNI Radio *Moderato FM*)

Radio *Moderato FM* adalah radio bersegmen dewasa dan professional muda yang kebanyakan pendengarnya adalah usia dewasa 30-39 tahun pekerjaan yang mempengaruhinya Karyawan 30%, Ibu rumah tangga 30%, wirasawata/ professional muda 25% dan pelajar/mahasiswa 15% dengan tingkat pendidikan SMA 40%, SMP 30%, Sarjana 20%, SD 10%.

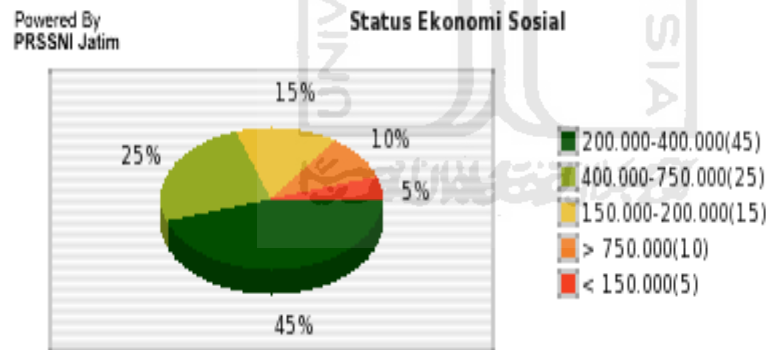
d. Segmentasi berdasarkan tingkat penghasilan atau pendapatan

Berdasarkan tingkat penghasilan, pendengar Radio *Moderato FM* berada dalam status sosial ekonomi yaitu A,B,C+. Menurut Lloyd Warner

dalam buku Morissan (174-175) kelas sosial dapat dibagi menjadi enam bagian yaitu: ⁶⁸

- 1) Kelas atas-atas (A+).
- 2) Kelas atas bagian bawah (A).
- 3) Kelas menengah atas (B+).
- 4) Kelas menengah bawah (B).
- 5) Kelas bawah bagian atas (C+).
- 6) Kelas bawah bagian bawah (C).

Untuk status sosial ekonomi pendengar Radio *Moderato FM* terdapat beberapa penyesuaian sesuai dengan tingkat penghasilan pendengar di kota Madiun.



Gambar 4.0

(Sumber : PRSSNI Radio *Moderato FM*)

Status Ekonomi Sosial yang mendengarkan siaran radio *Moderato FM* yang paling banyak adalah Status Ekonomi Sosial pada penghasilan menengah bawah (B) 45% dengan penghasilan 200.000 - 400.000 kemudian kelas

⁶⁸ Lloyd Warner dalam Morissan, *Op. Cit.*, hal. 174-175.

menengah atas (B+) 30% dengan penghasilan 400.000-750.000 25% dan kemudian kelas bawah bagian atas (C+) 15% dengan penghasilan 150.000 - 200.000, sedangkan kelas atas bagian bawah (A) dengan penghasilan lebih dari 750.000 hanya 10% dan sisanya 5% kelas bawah bagian bawah (C) yang berpenghasilan kurang dari 150.000. Menurut Manajer siaran radio *Moderato FM* lebih banyak mencakup status ekonomi sosial kelas menengah ke bawah.

4. Targetting Radio Moderato FM

Targetting adalah pemilihan khalayak pendengar yang menjadi sasaran. Produk dari *targetting* adalah *target market* (pasar sasaran) yaitu satu atau beberapa segmen pasar yang akan menjadi focus kegiatan pemasaran. *Targetting* mempunyai dua fungsi sekaligus yaitu menyeleksi pasar sasaran sesuai dengan kriteria-kriteria tertentu dan menjangkau pasar sasaran tersebut untuk mengkonsumsi nilai.⁶⁹ Target Radio *Moderato FM* adalah penyebutan *audiens* oleh Radio *Moderato FM* dengan sebutan Kerabat Moderato. Sebutan untuk *audiens* mewakili pendengar di radio *Moderato FM* yang bersemen Dewasa yang berusia 20-55 tahun.

5. Positioning

Dalam menentukan segmen pendengar yang tajam. Sebuah radio dapat melakukan *positioning* yang berkaitan dengan identitas bagi radio tersebut. Program-program ditampilkan sejalan dengan *positioning* dan akan sejalan pula dengan kebutuhan dan keinginan pendengar. Radio *Moderato FM* dalam penanaman citra kepada pendengarnya dan calon pengiklan harus dapat berperan dalam menciptakan suguhan kepada pendengarnya. Melalui perencanaan yang matang dan penyajian acara yang menarik dapat memberikan

⁶⁹ Kasali, Rhenald, *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targetting, Positioning*. (Jakarta : Gramedia, 1998) halaman 415.

manfaat. Dalam proses komunikasi pendengar berhak memilih media yang cocok dengan dirinya sendiri. Dengan hal ini maka radio *Moderato FM* harus dapat mengambil strategi penyiaran yang tepat agar siaran-siaran yang disajikan dapat dipilih dan dinikmati oleh pendengarnya.

Positioning Radio *Moderato FM* diwujudkan dalam slogan Great Music and Information yang artinya memberikan musik dan informasi yang terbaik untuk pendengarnya.

Positioning dapat dinyatakan dengan station identity antara lain :

- 1) *Target Positioning* : station call, slogan, logo
- 2) Bahasa siaran
- 3) *Air Personality*
- 4) Acara unggulan
- 5) Aktifitas Off air dan sebagainya
- 6) Slogan
- 7) *Call sign*



E. ANALISIS SWOT Radio DCS FM dan Moderato FM

Pemrograman acara di analisis dengan menggunakan analisis SWOT yakni analisis yang menggunakan metode untuk menggambarkan kondisi dan mengevaluasi suatu masalah, proyek atau konsep bisnis yang berdasarkan faktor internal (dalam) dan faktor eksternal (luar) yaitu *Strengths*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Metode ini paling sering digunakan dalam metode evaluasi bisnis untuk mencari strategi yang akan dilakukan. Analisis SWOT hanya menggambarkan situasi yang terjadi bukan sebagai pemecah masalah.⁷⁰ Dijabarkan pada tabel dibawah ini mengenai analisis SWOT Radio DCS FM dan Moderato FM Madiun :

Tabel 3.1 Perbandingan SWOT Radio DCS FM dan Moderato FM

SWOT	Radio DCS FM	Radio Moderato FM
Strenght (Kekuatan)	a. Radio DCS FM berlokasi di pertengahan kota letaknya kurang-lebih 5 km dari tengah kota Madiun. Berada pada Perumahan Nasional yang menjadikan Radio DCS FM dekat dengan pendengar di sekitar perumahan.	a. Radio Moderato FM berlokasi kurang-lebih 2 km dari kota Madiun. Strategis memasuki kota dan di pinggir jalan raya kota Madiun dan mudah dilalui.

⁷⁰ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. (Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2006).

	<p>b. Peralatan yang digunakan berstandart broadcasting memiliki daya pancar 3000 watt.</p> <p>c. Jumlah Sumber Daya Manusia yang banyak memberikan kesempatan bagi Radio DCS FM untuk lebih produktif terdapat 35 crew yang ada di radio DCS FM.</p>	<p>b. Peralatan yang memadai dan mempunyai 2 tower dan berdaya pancar 2500 watt.</p> <p>c. Teknologi komputer dan internet memudahkan penyiar dalam mencari informasi berita secara langsung</p>
<p>Weakness (Kelemahan)</p>	<p>a. Peralatan yang digunakan rentan terhadap gangguan cuaca dan teknis seperti pemancar, kerusakan teknis dan adanya kerusakan pada alat.</p> <p>b. Sulitnya mengembangkan SDM radio yang berkualitas dikarenakan pengetahuan SDM nya yang lemah.</p>	<p>a. Peralatan sudah tua sehingga menghambat kinerja siaran. Fasilitas yang ada di Moderato FM tidak lengkap juga dapat menghambat kinerja karyawannya.</p> <p>b. Terbatasnya jumlah SDM yang dimiliki sehingga membatasi produksi di Radio Moderato FM. Memiliki 22 karyawan yang ada di Moderato FM.</p>

	<p>c. Berkurangnya intensitas pendengar untuk lama mendengarkan radio karena kesibukan masing-masing orang dan kebutuhan mendengarkan radio.</p>	<p>c. Kemampuan SDM nya dalam mengaplikasikan teknologi komputer. Fasilitas teknologi yang tidak memadai dapat mempersulit dalam kinerja radio, sering rusaknya komputer radio sehingga menghambat dalam pengerjaan.</p>
<p>Opportunity (Peluang)</p>	<p>a. Segmentasi Targetting dan Possitioning radio DCS FM adalah anak muda berusia 15-40 tahun berstatus Pelajar, Mahasiswa, Ibu Rumah Tangga, Wiraswata, Karyawan dan Profesional muda. Merupakan formasi terbanyak kependudukan di kota Madiun. Sebagai radio Anak Muda radio DCS FM memberikan sajian terkini untuk pendengarnya.</p> <p>b. Pendapatan iklan perbulan di Radio DCS FM perbulan</p>	<p>a. Segmentasi Targetting dan Possitioning radio Moderato FM adalah dewasa berusia 20-55 tahun berstatus Pelajar, Mahasiswa, Pengusaha, ibu rumah tangga, dan Profesional muda. Merupakan potensi market yang cukup banyak dalam klasifikasi kependudukan masyarakat Madiun.</p> <p>b. Pendapatan iklan perbulan di Radio</p>

	<p>kurang-lebih 50 juta karena radio DCS FM adalah radio nomor satu di kota Madiun sehingga pendapatan belanja iklan lebih banyak dan masih bisa dikembangkan potensi belanja iklannya masih besar terbukti dengan banyaknya produk-produk nasional dan produk lokal serta mall-mall yang tumbuh di kota Madiun.</p> <p>c. Kerjasama Radio DCS FM dengan media cetak yang ada di Jawa Timur dengan pertukaran Barter. Radio DCS FM melakukan pertukaran iklan dengan Koran Jawa Pos atau Radar Madiun dan media cetak lainnya.</p> <p>d. Dukungan perusahaan rekaman musik untuk mendukung materi siaran</p>	<p>Moderato FM perbulan kurang-lebih 35 juta dan masih potensial untuk dikembangkan lagi. Iklan yang dominan di radio Moderato FM dari Nasional 60% dan lokal 40%.</p> <p>c. Networking Radio Moderato FM dengan Pesona FM membuka peluang iklan yang besar.</p> <p>d. Dukungan kelompok-kelompok masyarakat di bidang seni dan budaya</p>
--	--	--

	<p>musik radio DCS FM dalam bentuk kerjasama musik.</p>	<p>juga IPTEK untuk mendukung siarannya</p>
<p>Threats (Ancaman)</p>	<p>a. Pesaing terbesar radio DCS FM adalah radio yang dengan format sama dikota Madiun dan pada 4 bulan ini ada radio yang membidik sama dan langsung melejit padahal usia radio tersebut masih baru. Radio C FM adalah radio baru yang muncul dan menjadi pesaing langsung saat ini oleh radio DCS FM.</p> <p>b. Masyarakat Madiun yang tidak tanggap akan perkembangan teknologi baru padahal radio DCS FM sudah mengembangkan teknologi berbasis teknologi komputerisasi.</p>	<p>a. Persaingan terbesar radio Moderato FM adalah Radio DCS karena radio DCS adalah radio FM pertama dan menjadi <i>trendsetter</i> di kota Madiun. serta munculnya radio baru yang membidik segmen yang sama seperti radio Wijaya Kusuma FM Madiun.</p> <p>b. Radio Moderato bersaing dengan Radio DCS FM yang merupakan radio no satu di Madiun dalam hal perolehan pendengar anak muda dan musik Indonesianya. Persaingan penerapan teknologi komunikasi untuk</p>

	<p>c. Munculnya radio-radio baru di kota Madiun dan belum mengantongi ijin siaran</p>	<p>mendukung siaran radio.</p> <p>c. Minat investor Madiun untuk berbisnis radio dalam membuka usaha dalam penyiaran akan menambah persaingan radio Moderato FM.</p>
--	---	--



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan temuan dan analisis dalam penelitian ini, khususnya untuk mengetahui strategi manajemen *programming* Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM* dalam persaingan Radio Komersial di Kota Madiun. Program acara yang disiarkan oleh radio tersebut mempunyai prosedur perencanaan dan pengorganisasian yang sama. Sedangkan pelaksanaan dan produksi program acara radio tersebut memiliki cara sendiri-sendiri. Proses siaran radio *DCS FM* adalah sama, disiarkan secara langsung tanpa adanya rekaman sebelumnya.

Perbedaan dalam program acara yang disampaikan masing-masing radio disebabkan oleh perbedaan visi dan misi radio *DCS FM* dan radio *Moderato FM*. Kualitas penyiaran pada Radio *DCS FM* lebih berkualitas dan lebih maju karena didorong fasilitas yang memadai dan kerjasama yang baik oleh setiap crew nya, sedangkan pada Radio *Moderato FM* fasilitas yang diberikan kurang memadai dan kualitas SDM nya kurang sehingga tidak bisa bersaing ketat dengan Radio *DCS FM* sebagai radio nomor satu di kota Madiun dan sekitarnya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di radio radio *DCS FM* dan radio *Moderato FM* tentang analisis strategi manajemen *programming* acara radio maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dalam teori Winardi Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Pengawasan yang ada di Radio *DCS FM* dan *Moderato FM* sesuai dengan teori yang ada. Kedua Radio tersebut sesuai dengan teori-teori yang ada seperti; Program-program acara yang ada di Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM* berupaya menyampaikan program-program yang kreatif, inovatif dan berkualitas, yang dikemas dalam bentuk hiburan yang mempunyai nilai mendidik, sehingga program acara Radio tersebut selalu dinantikan pendengarnya.

2. Isi siaran dalam program acara Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM* didominasi oleh kemampuan pemandu acara atau penyiar serta kemampuan memiliki bahan siaran, seperti : lagu, topik, iklan spot, tips maupun kirim salam atau minta lagu pendengar lewat layanan pesan singkat atau *short message service* (SMS)
3. Upaya dalam kreativitas siaran program siaran dilakukan oleh masing-masing *crew* Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM*. Namun upaya hambatan kreatifitas siaran adalah terbatasnya dana dan SDM. Radio *DCS FM* lebih kreatif dalam mengemas program acara dikarenakan SDM nya lebih maju dan prasarananya lebih komplit dibandingkan dengan Radio *Moderato FM*. SDM pada Radio *Moderato FM* yang kurang cakap dapat menghambat kinerja radio *Moderato FM* dengan *crew* yang berjumlah 22 sedangkan Radio *DCS FM* 35 *crew*.
4. Radio *DCS FM* memiliki daya pancar 3000 watt dan hambatan pada peralatannya adalah rentan terhadap gangguan cuaca dan teknis seperti gangguan pemancar, kerusakan teknis dan adanya kerusakan pada alat yang tak terduga sehingga dapat menghambat siaran. Radio *Moderato FM* yang memiliki daya pancar 2500 watt mempunyai hambatan pada peralatannya yaitu peralatan yang sudah tua dan fasilitas pada radio *Moderato FM* yang kurang lengkap sehingga menghambat penyiaran.
5. Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM* berupaya menyampaikan program informasi berupa berita, talk show, insert bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pendengar dan mampu merubah pola tingkah laku pendengarnya, sama-sama mempunyai program khusus berita dan informasi.
6. Persaingan bisnis radio di Madiun dapat mengancam keberadaan Radio *DCS FM* dan *Moderato FM*. Radio *DCS FM* memiliki pesaing dengan segmentasi yang sama yaitu Radio C FM sedangkan *Moderato FM* memiliki pesaing yang utama yaitu *DCS FM* dan *WijayaKusuma FM*.

7. Program acara hiburan yang diminati masyarakat pendengar Madiun adalah program acara yang berisikan musik-musik terkini. Radio *DCS FM* mempunyai program acara Pro-Indo, *Moderato FM* dengan program acara *Expresso* Program siaran kedua radio memberikan yang terbaik untuk pendengarnya sebagai contoh program siaran *DCS FM* berupaya mengedepankan program hiburan berbasis musik Manca dan Indo dan banyak informasi. *Moderato FM* dengan program 100% Indonesia.
8. Radio *DCS FM* dan radio *Moderato FM* berupaya untuk menerapkan manajemen program siaran yang sederhana, terbuka, dan demokratis, dengan prinsip perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sampai pada tahap penyiaran pengawasan dan evaluasi dengan melibatkan *crew* dan juga pendengar.
9. Iklan yang mendukung siaran radio *DCS FM* dan radio *Moderato FM* adalah iklan komersial berupa spot dan *adlips*, sedangkan dukungan lainnya adalah dari penjualan dalam bentuk Iklan Layanan Masyarakat, serta off air dan insert. Iklan yang didapat pada radio *DCS FM* dan *Moderato FM* paling banyak terdapat iklan nasional yang masuk.

B. Keterbatasan penelitian

Penelitian yang berjudul Strategi Manajemen *Programming* Radio *DCS FM* dan Radio *Moderato FM* dalam Menarik Pendengar mempunyai keterbatasan dalam pengambilan data yaitu kurang terbukanya instansi dalam mengungkap data dan kemampuan penulis dalam menganalisa secara lebih baik.

C. Saran

a. Radio *DCS FM*

- 1) Sebagai radio yang menjadi *trendsetter* wilayah Kota Madiun sebaiknya Radio *DCS FM* juga membuat program siaran yang lebih tajam dalam membidik pendengarnya serta lebih hati-hati meningkatkan strategi manajemen programingnya.
- 2) Agar selalu menjaga *positioning* sebagai radio anak muda Madiun dengan selalu menyuguhkan program-program siaran yang menarik dan mendidik sesuai dengan segmentasi dan target pendengar yang dibidiknya.
- 3) Memperjelas segmentasi jenis pekerjaan dan usia pendengar untuk radionya berdasarkan banyaknya pendengar di radio *DCS FM* yang rata-rata berusia 15-40 tahun dan mayoritas SES penduduk Madiun adalah kelas menengah keatas dengan penghasilan 400.000-750.000 per bulan.
- 4) Meningkatkan kualitas penyiaran dalam hal penguatan transmisi siaran, kualitas penyajian rekaman musik dan program produksi acara dalam menghadapi persaingan radio lain di kota Madiun.

b. Radio *Moderato FM*

- 1) Memperkuat lagi strategi manajemen programingnya dalam hal pengelolaan SDM dan kreativitas program acara. Lebih memperbanyak sajian informasi berita dalam program acaranya yang aktual dan terpercaya karena membidik pendengar usia dewasa 20-55 tahun.
- 2) Meningkatkan jangkauan siarannya dengan meningkatkan kualitas pemancar atau transmisi siarannya.
- 3) Meningkatkan kualitas SDM penyiarannya dalam bersiaran dan pembuatan program acaranya menghadapi persaingan bisnis dengan radio lainnya di kota Madiun dengan melakukan *training-training* karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmanto, Antonius. 1998, *Teknik Penulisan Naskah Acara Siaran Radio*, Andi Offset: Yogyakarta.
- Darwanto, 1993, *Manajemen Programa dan Program Siaran*, Japan Internatioan Cooperation Agency (JICA), Multi Media Training Centre: Yogyakarta.
- Darwanto, Sastro, Subroto, 1994, *Produksi Acara Televisi*, Duta Wacana Press: Yogyakarta.
- Danim, Sudarwan. 2002, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, CV. Pustaka Setia : Bandung.
- Daft, Richard. L. 2006, *Manajemen*, Edisi 6 Buku 1. Salemba Empat: Bandung.
- Effendy, Onong Uchjana, 1990, *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Mandar Maju: Bandung.
- Kasali, Rhenald. 1998, *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targetting, Positioning*, Gramedia: Jakarta
- Keith, C, Michael. 2000, *Stasiun Radio Pemrograman*, Internews, Indonesia.
- Manullang, M. 2004, *Dasar-Dasar Manajemen*, Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.
- Masduki. 2002, *Siaran Radio Komunitas Panduan Produksi Siaran Untuk Pengelola*, COMBINE Resource Institution: Yogyakarta.
- 2003, *Radio Siaran dan Demokratisasi*, Jendela: Yogyakarta.
- 2004, *Menjadi Broadcaster Profesional*, LKiS: Yogyakarta.
- Munthe, Moeryanto. 1996, *Media Komunikasi Radio*, Pustaka Sinar Harapan: Jakarta.
- Mulyana, Deddy. 2001, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.
- 2005. *Teori Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya: Bandung.

- Moleong, J, Lexy. 2001, *Metedologi Penelitian Kualitatif*, PT Remaja Rosdakarya: Bandung.
- Morissan. 2008, *Manajemen Media Penyiaran*, Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Prayudha, Harley. 2005, *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Bayumedia Publishing: Malang.
- Ranupandojo, Heidjrachman. 1987, *Teori dan Konsep Manajemen*, BPFE: Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Salim, Agus. 2006, *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*, PT. Tiara Wacana: Yogyakarta.
- Sugiyono. 2005, *Memahami Penelitian Kualitatif*, CV. Alfabeta: Jakarta.
- Terry, GR. 1986, (Alih Bahasa:Ec. Winardi). *Azas-Azas Manajemen*, Alumni: Bandung.
- Wahyudi, J.B. 1994, *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*, Gramedia Pustaka Umum: Jakarta.
- 1996, *Dasar- Dasar Jurnalistik dan Televisi*, Grafiti: Jakarta.

Sumber Internet

- Hemat Dwi Nuryanto, "Radio Siaran UU dan Teknologi".
<http://hdn.zamrudtechnology.com/2007/12/15/radio-siaran-uu-dan-teknologi/>,(akses 28 Agustus 2010, pukul 23.42).
- Krisnamulawarman, "Broadcasting Format Station".
<http://krisnamulawarman.com/broadcasting-format-station.html>, (akses 02 Februari 2011, pukul 20.00)
- Alex Santosa, "Pilih Mana? Pendengar atau Pengiklan", (2010),

<http://radioclinic.com/2008/07/26/pilih-mana-pendengar-atau-pengiklan/>,
(akses 14 Februari 2011, pukul 08.25).

<http://www.radioprssni.com/prssnnew/internallink/legal/PERMEN%2047%20IPUP.doc>
(akses 07 April 2011, pukul 03.22)

Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran.

Skripsi

Andrini Prima Retnanningtya, 2010, *Manajemen Programming Radio Daerah Bermuatan Dakwah (Studi Komparasi Radio Kotaperak Yogyakarta dan Radio Persatuan Bantul)*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Sigit Pujiatmojo, 2010, *Manajemen Pemrograman stasiun televisi lokal dalam penyiaran Kebudayaan daerah (Studi Komparatif Jogja Tv dengan RB TV)*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Septa Asmara Yoga, 2010, *Strategi Pemasaran Program Radio Swasta Niaga di Yogyakarta (Studi Komparatif Strategi Pemasaran Program Radio GCD FM dan Radio Handayani FM)*, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Mubasyri**
Jabatan : **Wakil Direktur**
Instansi : **PT. Radio Duta Cakrawala Serasi FM**

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : **Rahma Meliasari**
N.I.M. : **06331042**
Prodi / Fak / Univ : **Ilmu Komunikasi FPSB**

Telah melaksanakan penelitian di PT. Radio Duta Cakrawala Serasi FM Madiun pada periode 03 s/d 24 Januari 2011, dengan judul penelitian : Strategi Manajemen Programming Radio DCS FM dan Moderato FM Dalam Menarik Pendengar.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapatnya dipergunakan sebagaimana mestinya.

Madiun, 23 Maret 2011

DCS
FM 100.5 Mhz

Mubasyri
Wakil Direktur

Data Radio DCS FM Madiun Tahun 2011

Nama Perusahaan : PT. Duta Cakrawala Serasi FM.
 Alamat : Jl. Kelapa Manis no.38 Madiun
 Frekuensi : 100,50 Mhz
 Kontak Person : BODY (081 232 50 747)
 Layanan Iklan : (0351) 463629 (hunting) Fax. (0351) 463609
 Data Pendengar : Rentang Usia : 15 – 40 tahun
 Jenis : Pria : 48 % & Wanita : 52 %
 Kelas Pendengar :

Rp.	+ 750	750-400	400-200	200-150	150 -
%	14,0 %	22,0 %	44,0 %	15,2 %	04,8 %
Kelas	A 1,2				E

Pendengar : 859.500 orang (se-Karesidanan Madiun)

01	Kota Madiun	37 %	318.015
02	Kabupaten Madiun	23 %	197.685
03	Kabupaten Ngawi	17 %	146.115
04	Kabupaten Magetan	16 %	137.520
05	Kabupaten Ponorogo	7 %	60.165

Format Musik : Mancanegara : 40 % - Indonesia : 30 % - Dangdut : 30 %
 Cakupan Area Siar : - Pancaran Tegas : Kota Madiun, Kab. Madiun, Kab. Ngawi, Kab. Ponorogo, Kab. Magetan, Kab. Pacitan
 - Pancaran Terjangkau : Kab. Wonogiri, Kab. Bojonegoro, Kab. Tuban Kab. Blora, Kab. Nganjuk.

Tarif Iklan : **Spot Iklan** → Durasi : 30 " = Rp. 45.000,- (RT)
 → Durasi : 45 " = Rp. 67.500,- (RT)
 → Durasi : 60 " = Rp. 90.000,- (PT/RT)
 : Sponsor Acara → Durasi : 30 ' = Rp. 9.000.000,00 / bln
 (Regular/26 hr) → Durasi : 45 ' = Rp. 12.000.000,00 / bln
 : Sponsor Acara → Durasi : 30 ' = Rp. 12.000.000,00 / bln
 (Special/1xsiar) → Durasi : 45 ' = Rp. 15.000.000,00 / bln
 : **Adlibs** → Durasi : 60 " = Rp. 90.000,- (PT/RT)
 : **Talk Show** → Durasi : 45 ' = Rp. 2.000.000,- / siar
 (**Senin/Kamis : 11.00-12.00**)
 : Insert Program → Durasi : 15' = Rp. 900.000,- / siar
 : Live Report → Durasi : 3-5' = Rp. 450.000,- / siar
 : Time Signal → Durasi : 60 " = Rp. 120.000,- (RT)
 : Time Signal → Durasi : 60 " = Rp. 150.000,- (PT)

AJANG SIAR RADIO DCS FM MADIUN

JAM	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUM AT	SABTU	MINGGU
00-01	100% Indonesia	100% Indonesia	100% Indonesia	100% Indonesia	100% Indonesia	100% Indonesia	100% Indonesia
01-02	Campur -campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur
02-03	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur
03-04	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur
04-05	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur	Campur-campur
05-06	BBC + Pagi Mdn	BBC + Pagi Mdn	BBC + Pagi Mdn	BBC + Pagi Mdn	BBC + Pagi Mdn	BBC + Pagi Mdn	BBC + Pagi Mdn
06-07	Pagi Madiun	Pagi Madiun	Pagi Madiun	Pagi Madiun	Pagi Madiun	Pagi Madiun	Pagi Madiun
07-08	Kopi Pagi	Kopi Pagi	Kopi Pagi	Kopi Pagi	Kopi Pagi	Kopi Pagi	Bumi Kita
08-09	WWP	WWP	WWP	WWP	WWP	WWP	WWP
09-10	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	Indonesia 20
10-11	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	Goyang DCS	DCS New Entry
11-12	Lintas Info DCS	Lintas Info DCS	Lintas Info DCS	Lintas Info DCS	Lintas Info DCS	Lintas Info DCS	Sunday Req.
12-13	Kawaks (gita 80-90)	Kawaks (gita 80-90)	Kawaks (gita 80-90)	Kawaks (gita 80-90)	Kawaks (gita 80-90)	Kawaks (gita 80-90)	Sunday Req.
13-14	Kuis DCS Jreng	Kuis DCS Jreng	Kuis DCS Jreng	Kuis DCS Jreng	Kuis DCS Jreng	Kuis DCS Jreng	DCS TOP 40
14-15	100% Manca	100% Manca	100% Manca	100% Manca	100% Manca	100% Manca	DCS TOP 40
15-16	Pro Indo	Pro Indo	Pro Indo	Pro Indo	Pro Indo	Pro Indo	DCS TOP 40
16-17	Ni Hao Ma	Ni Hao Ma	Ni Hao Ma	Ni Hao Ma	Ni Hao Ma	Ni Hao Ma	Ni Hao Ma
17-18	Kabar Suka	Kabar Suka	Kabar Suka	Kabar Suka	Kabar Suka	Kabar Suka	Zom-B
18-19	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Rock on sunday
19-20	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Aksi Evening	Rock on sunday
20-21	KOMA	LEGENDA	SESORI	BURSA GITA	MIX INDO MANCA	CINEMA	DCS INDIE
21-22	Req.line	Req.line	Req.line	Req.line	Req.line	Jalur bebas	Req.line
22-23	Gita Nuansa	Slow Rock sesion	Gita Nuansa	Gita Nuansa	DCS Memory	Jalur Bebas	Gita Nuansa
23-24	Gita Nuansa	Slow Rock sesion	Gita Nuansa	Gita Nuansa	DSC Memory	Jalur Bebas	Gita Nuansa

Keterangan : Program berlaku per-14 Februari 2011



SURAT KETERANGAN

Nomor: 0203/MOD/III/2011

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dian Ratna S.Pd
Jabatan : Station Manager Moderato FM

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut ini telah melakukan penelitian di instansi kami terhitung mulai 3-24 Januari 2011.

Nama : Rahma Meliasari
NIM : 06331042
Prodi/Fak/Univ : Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya,
Universitas Islam Indonesia
Judul Penelitian : Strategi Manajemen Programing Radio DCS FM dan Moderato
FM Dalam Menarik Pendengar

Demikian surat keterangan ini kami berikan untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Madiun, 23 Maret 2011

Station Manager Moderato FM


Dian Ratna, S.Pd

Member of Mercury Group



Dari Pendawa 15, sampai Kelapa Manis 38....

Delapan belas tahun. Bagi sebagian orang delapan belas tahun merupakan usia yg rawan, banyak godaan, banyak keinginan... pokoknya banyak-lah.

Tapi buat DCS angka Delapan belas, merupakan angka harapan untuk terus eksis di Udara menemani ts semuanya. Di tengah banyak nya kompetitor yg ada, kita tetap bersemangat untuk menjadi yang terbaik.

Nach buat ts, yg belum mengenal kita lebih dalam, kita ajak buat sekedar jalan - jalan bersama foto - foto yang ada di sini. Awal pertama kali Radio DCS mengudara secara resmi memang bulan April 1991. Tepatnya tanggal 16 April. Mulai saat itulah dengan Sarana dan Prasarana yang masih sederhana, SDM yang terbatas tapi berkualitas RADIO DCS mengudara dari Jl. Pendawa 15 Madiun.



DCS FM Jl. Pendawa 15 [gedung lama]

Meskipun usianya masih sangat muda, DCS waktu itu udah berani buat ngadain berbagai kegiatan. Bahkan bisa dibalang DCS merupakan pelopor kegiatan untuk anak muda baik dari segi performance, materi acara bahkan sampai tempat kegiatan.

Seperti misalnya:

DCS PAMMS di Alun - alun Madiun = ajang terbesar yg pernah digelar di Alun - alun Madiun saat itu yg melibatkan Vicky Burki, Slalom test bahkan penerjun payung dari Iswahyudi.



Event DCS FM Tenda Mangkal ABG

DCS ABG - Ajang Bakat dan Gaya = yang pertama kalinya menggunakan jalan depan SMP Negeri 4 Madiun. Dengan menampilkan bintang tamu dari luar kota. Setelah itu, mulailah yg lain mengikuti apa yang telah DCS rintis. Seneng juga sich bisa jadi Tren Setter. Karena apa yg DCS lakukan baik dalam kegiatan ON atau OFF AIR pasti dicontek..... So itu semua membuat kita bersemangat untuk senantiasa mencari hal -

hal baru untuk teman setia semua.

Kerja di Radio emang seperti selebritis. Gimana enggak? Kalo di jalan ketemu orang wuih banyak yg nyapa. Padahal ada yg kenal ada yg enggak. Tapi kita nggak pernah khawatir menghadapi mereka. Soalnya kita disini belajar dari artisnya langsung (he... he...). Artis yg datang ke DCS udah nggak kehitung jumlahnya. Dari yg dulu belum terkenal sampai sekarang terkenal. Ato sebaliknya dulu terkenal sekarang tenggelam, misalnya : **POTRET, SLANK, UNGU, sampai PETERPAN, DEWA 19.** Padahal kalo dipikir - pikir lagi. Koq mau ya mereka itu datang ke DCS apalagi waktu masih di Jl. Pendawa. Udah tempatnya kecil, nyempil lagi. But by the way... toh fans setia DCS plus fans - nya si artis ok - ok aja tuch...! Ini juga terjadi saat kita udah pindah di Jl. Kelapa Manis 28 Madiun sekitar bulan Februari 2004. Berkat kerjasama yg baik antara Music Director DCS FM (thx igun) dengan pihak Label, seringkali kali kalo ada artis promo tour radio lewat Madiun pasti mampir ke DCS FM.

Ts, selama delapan belas tahun ini, buat yg selalu simak DCS pasti sudah kenal ama penyiar - penyiar nya. Baik dari angkatan pertama sampai angkatan 2009 kali ini. Kalo udah lupa sekedar ingetin aja yach..... **Penyiar DCS tuch ada : (Acak) Jaka Purnama, Endung Mustika, Puspa, Yudi Syarief, Yuli Subandini, Rita Chanlago, Widi Yuliana, Dian Hari, Dodik Penthung, Bagus, Hepi, Budi Airfangga, Jhon Huluk, Irma Swastaria, Lia Muchlisin, Dhewo Kurniawan, Bobo, Dicky Mandagie, Uq riantory, Siska Dianita, Fanti, lupi, igun, Zaenal nur alim, Vico, Broto, Risa, Prima.** Masih banyak sebenarnya, cuman ya itu... putus nyambung... atau putus nggak nyambung lagi.... Ts, menjalin kekompakan untuk tetap terjaga memang susah - sudah gampang. Aplagi kerja di Radio. Kita kan nggak kerja sendiri. Kerja Team.

Nach buat mempererat persaudaraan (?) maksudnya biar tetap kompak. Setiap tahun kita juga ngadain kegiatan intern buat crew DCS. Agustusan adalah moment yg tepat untuk itu semua. Seperti misalnya yang satu ini. Kompak kan si bos (Pak Sony) and Wakil Direktur (Pak Basyir)?



Juara 1 Kipas Angin...

Ts, selain kita seringkali ngadain acara buat teman setia, kadangkala kita ikutan juga lho ke acara radio lain... Karena jaman dulu masih ada PRSSNI, tiap tahun pasti kita mengirimin team buat berlaga dengan team - team dari radio lain. Pengalaman mengesankan atau menakutkan yach.... (bingung juga). Saat acara uliah PRSSNI digelar di kota Pacitan awal 2005. Berhubung Desember 2004 terjadi Tsunami di Aceh, maka saat kita harus menginap tepat di depan pantai Teleng Ria Pacitan diinggapi rasa takut. Bayangin mobil disiapkan bila sewaktu - waktu dibutuhkan. Barang - barang siap di bawa. Pokok'e menegangkan. Untunglah

semuanya bias berjalan dengan baik. Sampai akhirnya kita bisa mejeng seperti ini.

Nah Ts, itu tadi sekumit cerita perjalanan Radio DCS FM. Kekurangan....? Wach pasti banyak tapi mudah - mudahan dengan kekurangan ini kita bisa belajar untuk selalu memberikan yang terbaik buat teman setia DCS semua. amiiin...

Terimakasih sudah menjadi teman setia kita selama ini dan doa-in kita juga biar tetap bisa menjadi Teman setia anda. Ketemu lagi taon depan.....

HUT PRSSNI, Pacitan...



Studio Jl. Pendawa 15



Studio Jl. Kelapa Manis 38



DCS FM ON LINE

on air : (0351) 495678

sms on air : 081 133 1272

email saran kritik radio DCS FM

dc_sonair@yahoo.com



Logo Baru dan sampai kini DCS FM Madiun

Perubahan Logo DCS FM Madiun dari masa ke masa...

Interview Guide

a. Pimpinan Manajer/ Pimpinan Radio

Tentang profil dan struktur

1. Nama Perusahaan dan Nama Udara radio?
2. Sejarah berdirinya radio ini, jelaskan?
3. Apakah visi dan misi Perusahaan?
4. Bagaimana dengan segmentasi dan format radio ini, dapat dijelaskan?
5. Bagaimana dengan struktur organisasi radio ini, bisa dijelaskan?
6. Segmentasi, Targeting, dan Positioning di Radio ini?
7. Berapa jam radio ini dalam sehari mengudara?
8. Ciri apa yang membedakan antara radio ini dengan siaran radio komersial lainnya di kota Madiun?
9. Kompetitor langsung dan Kompetitor tidak langsung pada radio ini?
10. Strategi untuk memenangkan persaingan bisnis

Tentang Manajemen Siaran

1. Bagaimana manajemen penyiaran radio ini?
2. Bagaimana strategi penyiaran radio ini?
3. Bagaimana urutan proses produksi dalam penyiaran?
4. Bagaimana pembuatan perencanaan dan pelaksanaan produksi siaran
5. Bagaimana mengukur keberhasilan dari produksi penyiaran?
6. Bagaimana evaluasinya programnya, apakah melibatkan pendengar.

b. Pengelola program acara / Siaran radio

Tentang proses siaran

1. Apa saja sumber materi siaran dari radio ini dan bagaimana prosesnya.
2. Bagaimana bentuk program acara (hiburan, berita) radio ini.
3. Bagaimana perencanaan program acara.
4. Langkah-langkah untuk mengevaluasi pelaksanaan program acara.
5. Siapa yang terlibat dalam programming? dan bagaimana peran manager dalam pengelolaan program acara radio, jelaskan!
6. Program acara apa yang intensitas sms banyak dan digemari pendengar? Bisa dibilang program unggulan.
7. Bagaimana respon pendengar mengenai program acara yang disiarkan radio ini dan bagaimana mengukurnya?
8. Peran Penyair dalam memperoleh pendengar?

Tentang Keterlibatan Pendengar

1. Apakah ada program acara yang langsung melibatkan pendengar?
2. Bagaimana program acara tersebut dikemas?
3. Bagaimana perencanaan program acara tersebut?
4. Divisi apa saja yang terlibat untuk meraih pendengar?

Tentang evaluasi siaran dan pengawasan

1. Bagaimana bagian siaran melakukan pengawasan dan evaluasi terhadap program siaran.
2. Bagaimana fungsi pengawasan terhadap hasil output program acara siaran itu sendiri.
3. Apakah evaluasi melibatkan pendengar

c. Bagian Sumber Daya Manusia

1. Struktur organisasi radio ini?
2. Berapa jumlah crew yang tergabung dalam radio ini.
3. Bagaimana manajemen atau pengelolaan SDM seperti penyiar, teknik, program directornya ataupun staff yang lain.
4. Bagaimana memberdayakan SDM atau memenejemennya atau job deskripsi
5. Bagaimana pembinaan anggota/crew (Reward&Punishment)
6. Bagaimana budaya kerjanya.
7. Bagaimana system dan prosedur organisasinya?
8. SDM seperti apakah yang dibutuhkan radio ini, mendukung program acara radio

d. Bagian promosi, iklan dan kerjasama

1. Bagaimana pengelolaan promosi, iklan dan kerjasama demi meraih keuntungan dalam mempertahankan kelangsungan hidup radio ini.
2. Target sarannya.
3. Bagaimana dengan iklan (local dan nasional berapa %)
4. Adakah ketentuan dalam penerimaan iklan di radio ini.
5. Apa saja yang bisa dijual dari radio ini
6. Contoh sales kit, company profile, tariff dan program acara

e. Bagian peralatan siaran, teknik, sarana dan prasarana.

1. Apa saja peralatan siaran yang digunakan di radio ini.(produksi local dan import)
2. Bagaimana pemeliharaan peralatan siaran tersebut.
3. Sarana dan prasarana pendukung apa saja yang disediakan untuk menunjang radio ini

TRANSKIP WAWANCARA

Nama perusahaan : PT. radio Duta cakrawala serasi

Nama Udara : Radio DCS FM

Nama Responden : Steven Octaviano dan Zainal Abiddin

Jabatan Responden : Station Manager dan Manajer Program

Sejarah berdirinya : Berawal dari tahun 1991, bos kita itu kebetulan anak SMA 1 dulu. Trus dia sama temen-temennya berfikir apa ya yang bisa bermanfaat bagi kota Madiun ini salah satunya radio karena pada waktu itu belum ada radio FM. Maka berdirilah stasiun FM pertama kali di Madiun.

Bagaimana segmentasi dan format radio ini : formatnya General karena kalau di kota kecil belum terlalu apa namanya segmented ya belum terlalu segmented persaingannya kurang walaupun sekarang sudah tambah banyak radio otomatis akan mengkotak-kotakan. Tapi sampai saat ini radio DCS masih All General. Trus segmentasinya karena kita General berarti kita ambil semua yang Remaja sampai yang Dewasa sampai yang Matang kita ambil semua. Sebuah keniscayaan radio kota kecil kebanyakan memang range nya lebih lebar dibanding kota-kota besar. Karena kota besar yang usia TK, SD sudah dilayani langsung, yang pebisnis sudah dilayani lagi, yang agamawi juga begitu dilayani lagi. Nah, kalau yang ditempat ini kan masih belum, di perhatiin aja semua pasti All. Remajanya ngambil, dewasanya ngambil, masih seperti itu.

Struktur organisasi :

STP : Positioning kita Teman setia Anda, jadi positioning jadi tagline bahwa kita memposisikan DCS, Radio DCS FM sebagai teman setia yang menempati apapun aktivitasnya. Targetingnya otomatis ya Male, Female, lalu BCD base nya . usia kurang lebih antara 15-45 itu utama. Range nya bisa di lebih-lebih lagi bisa dari 15 bisa turun kebawah ya da 5-10 tahun keatasnya 15-65 tahun.

Berapa jam radio ini mengudara : 24 jam

Cirri yang membedakan dg radio lainnya : kita lebih main ke music. Jadi music kita itu artistic, sedikit banyak kita itu mengambil music yang dari segi artistiknya keliatan. Jadi tidak sembarang music yang kita masukkan. Apalagi dulu itu DCS awalnya kan memang dulu pernah ada taglinenya sense of music sebelum teman setia anda. Sesuai taglinenya sense of music tentunya bisa menjadi trendsetter music disekitarnya dan Alhamdulillah sampai sekarangpun kita masih dijadikan acuan terutama musik-musik barat ya Manca dulu kita komposisinya lebih banyak Indonesia sebenarnya tapi untuk acuan music barat, music Manca bisa dibilang lebih cepat dan dari segi seni bermusiknya sendiri kita gak sembarangan ambil jenis music kita ambil dari aransemen musiknya terutama, liriknya, trus kemudian juga siapa yang ada disitu yang apakah sekiranya music itu. Kita ngambilnya sense of art music nya itu yang ditonjolkan jadi penyiarpun kita tekankan bahwasanya tidak semua music meskipun itu saat ini di setel oleh banyak orang awam itu terkadang kita tidak terlalu mengikuti. Kita dorong mereka untuk mendengarkan music yang bagus jadi tidak hanya pasaran, tidak hanya asal laku tapi kualitas yang kurang bagus menurut kami, selera kami, tase nya. Kualitas musiknya tetep kita jaga, dari segi informasipun soulnya juga lebih banyak. Banyak acara-acara kita yang pioneer yang diikuti oleh station-station lain. Sama ini kita menghindari kata-kata LOE_GUE. Klo ngobrol mungkin sedikit-sedikit gakpapa tapi kalo siaran, siaran tapi local itu apa namanya Taste lokalnya tetep terus dinaikan. Kita gak mau pendengar kita jadi sok Jakarta tetep logatnya tetep logat Madiun pake Indonesia bertutur tapi dari segi music, detail kita masih bisa dibilang Kota masih bisa.

Kompetitor Langsung dan tidak Langsung : gak ada tuh..mungkin saat ini yang rada-rada menohok itu mungkin karena ada dukungan ya “C” FM. Radio “C” Cemara Versi sekarang. Cemara yang berubah menjadi “C” FM itu baru terasa. Kalo dulu masih Cemara FM gak terasa. Karena manajemen baru ini baru terasa. Kalo yang gak langsung ya All semua radio yang ada di kota Madiun.

Strategi memenangkan Bisnis : Bisa di bilang kita punya competitor klo saya secara pribadi sebagai penyiar saya tida terlalu memperdulikan. Saya Cuma berpikir apa yang kita punya, apa yang DCS punya, apa create DCS yang kita punya, kita keluarkan. Entah mereka (pesaing bisnis)

mau main apa, pake strategi apa terserah yang penting DCS adalah DCS. Keluarin aja kreatif yang kita punya gak peduli mereka mau pake apa, mau ditiru atau apa terserah nanti masyarakat sendiri. Mungkin kurang lebih secara spesifik kayaknya gak ada, kita menghimbau menjadi mempunyai program yang orisinal backgroundnya itu. Kita sering ngomong tentang MANFAAT., kuncinya ada di kata MANFAAT. Dimana saat bikin acara, bikin program itu akan konten Manfaat itu akan di pikirkan. Karena kan Manfaat itu macem-macam, Manfaat yang diperoleh pendengar, manfaat yang diperoleh oleh awak siar, manfaat yang diperoleh oleh pemerintah, bagaimana? Kita ngomongin Manfaatnya. Mana kala kita bisa jadi bermanfaat bagi masyarakat otomatis ya, secara otomatis orang akan *stay tune* .

Bagaimana manajemen penyiaran Radio : Dimulai dari rekrutmen. Mana kala kita rekrutmen (untuk penyiar) otomatis eksternalnya dibuka, resmi maupun tidak resmi. Resmi bisa melalui radio, Koran, tidak resminya bisa dari mulut ke mulut, FB (Facebook) mungkin dan sebagainya. Lalu internalnya kita manakala untuk penyiar kita deskripsikan penyiar yang seperti apa yang kita butuhkan. Jadi yang mau tak cari adalah orang yang Oh lulus SD, bisa baca, bisa nulis, gak buta warna, gak buta, pria atau perempuan. Contohnya seperti itu. Penyiaran kita untuk reporter sendiri dulu memang pernah ada reporter namun manakala adek kita (dari DCS) Madiun TV itu muncul divisi pemberitaan itu dilebur dijadikan satu dengan Madiun TV. Jadi reporternya DCS, reporternya Radio itu diserap ke Madiun TV. Kita DCS gak punya reporter tapi kita punya informasi, kita tidak punya berita tapi kita punya informasi. Informasi itu yang kita sebut sebagai lintas informasi muncul setiap satu jam sekali menit ke 59 semacam pressnews. Klo beritanya sendiri kita punya berita jam 11 nanti kita punya siaran berita dari jam 11 sampai jam 12 kita bersama-sama dengan Madiun TV. Untuk Pressnewsnya kita ambil dari macem-macam kebanyakan dari internet.

Urutan proses produksi (siarana) : kalo untuk news, pagi dicari newsnya dari internet dimasukan ke dalam, trus dibagi jam berapa, jam berapa kita ada sendiri. Ada sendiri untuk petugas Lintas Informasi, petugas untuk bisa dikatakan produsernya lintas informasi itu ada sendiri. Nah penyiar tinggal menerima oh ini untuk lintas informai jam sekian ini jam sekian, ini jam 10 ini jam 12 jadi tinggal acak sudah siap. Untuk lagu-lagu ada MD (Music Director) ikut turun nanti itu sudah disiapin untuk hari ini jam tergantung acaranya apa kita udah siapkan

tinggal acaranya apa dulu kalo acara request, news 3 sampai 4 lagu perjam. Karena setelah itu ada request dari pendengar.

Perencanaan produksi siaran : kita punya acara, nah acara ini nanti kita punya penyiarnya. Penyiarnya yang ada disini yang sudah disusun jadi apabila terjadi perubahan penyiarnya melihat oh, aku berubah di jam ini jam ini. Karena kan kita punya penyiarnya yang full time dan part time, nah klo full time berarti dia masuk kantor sesuai jam kerja klo part time datengnya pas siaran aja. Nah masalah libur itu kan ada penyusunan itu disusun sama mas Zaenal full time libur yang part time masuk. Jadi kita mesti ada jadwal-jadwal.

Mengukur Produksi penyiaran : ada via telepon, sms, terus dari FB, terus felling kita kadang. Kadang meskipun kata Mas Erolid Jangan mengandalkan felling tapi sedikit banyak kita gunakan setidaknya acara ini masih layak gak ya. Kita ukurannya kita bikin program baru, ukuran kita minimal 3 bulan. 3 bulan itu berjalan baik gak, sesuai harapan gak, terus 3 bulan itu sudah responnya gak bagus dari pendengar kita hentikan kita cari acara yang lain tapi klo responnya bagus terus berlanjut. Kalo penelitian-penelitian itu berdasarkan angka hasil survey. Tapi klo di DCS ini mix antara angka dan felling tadi. Ini tidak bisa diterjemahkan atau di omongkan ini saya punya felling katakanlah 2 bulan lagi seperti misalnya ini kayaknya acaranya menurun tapi saya punya felling. Angkanya gak mendukung tapi fellingnya kuat bisa berjalan. Atau gak angkanya bagus fellingnya engga tapi dipaksain juga bisa berjalan ya ada *mix and max* nya. Di radio gak bisa kaku.

Evaluasi melibatkan pendengar : bisa, kita bisa ngecek kadang ada yang datang langsung terus kita mintai pendapat tentang acara di DCS. Bisa melalui sms, siaran, telepon kita offline kan tidak kita udarakan atau via Facebook atau mereka main ke sini.

Sumber materi siaran dari radio ini : Semuanya, internet, majalah, Koran, isu yang lagi hangat dibicarakan mengikuti perkembangan yang ada. Kalo pemberitaan dalam negeri kita bisa cari dari Koran atau internet. Klo pemberitaan luar negeri kita dari internet juga. Penyiarnya harus siap dalam segala situasi dalam informasi dan sumber yang paling cepat adalah internet.

Bentuk acara hiburan : ada yang *tapping* ada yang diproduksi lalu direkam, ada yang live. Klo di live kan itu kebanyakan yang request. DCS Top 40, Cinema, macem-macem. Tahukah Anda muncul setiap jam sekali yang berisi informasi-informasi. Klo berita kita live yang Lintas Informasi klo yang jam 11-12 itu relay dari Madiun TV. Kita punya berita dan itu mencangkup wilayah DCS dari sisi cost DCS kan gak perlu ngeluarin biaya untuk mendapatkan berita. Jadi sinergi dengan Madiun TV

Bagaimana perencanaan program : contoh seperti nanti tanggal 14 akan ada beberapa yang kita ubah. Kepengennya karena kita general jadi 50, 50 kita layani yang muda kita layani yang dewasa, kita layani yang tua. Kita akan ubah tanggal 14 february nanti. Sebelum siaran dirapatkan dulu untuk membahas materi yang akan disiarkan. Kemarin yang kita rapatin itu untuk puasa acaranya apa aja trus yang kita rapatkan bulan Oktober-September itu untuk acara tahun baru. Klo ada kuis, kuisnya apa, hadiahnya bagaimana, cara membawakannya bagaimana, nanti ada bagian-bagian seperti itu. Ya pasti akan dirapatkan bersama

Langkah-langkah untuk mengevaluasi program : bisa dari rapat, dari rapat itu kan tidak hanya mendapatkan, mengelola acara baru tetapi acara yang sudah ada kita evaluasi disamping juga kita evaluasinya dari Facebook, itu WWP yang pernah terjadi WWP (Wah Wes Payu). Kita juga melayani sms, jadi yang sms kita layani.

Yang terlibat dalam program acara : kita melibatkan temen-temen yang lain, penyiar. Klo di meeting kita siapkan materinya kita tempel. Bisa terbatas bisa juga semua, setelah itu kita kasih. Jadi nanti gak bingung nanti itu meeting bahas ini-bahas ini jadi sudah dipersiapkan untuk meeting. Dimaksudkan biar temen-temen yang datang itu gak bingung, ini meeting apa ya, bahas apa ya kan sudah ada materinya.

Peran manajer dalam program acara : mengawasi, mengontrol, membenahi, tapi berhubung masing-masing penyiar mempunyai karakter sendiri ya. Ada yang mody, ada yang kaku, ada yang cepat putus asa. Kadang manajer program mengingatkan cara penyiar dalam siaran dapat diterima lain oleh penyiarnya karena pemahaman karakter mereka yang beda-beda. Dengan resiko di musuhi tapi itu semua demi kebaikan dan proses pendewasaan. Sama seperti teori ekonominya itu Crew (Setting) POAC (Planning, Organizing, Actuating, Controlling) teori ekonomi manajemennya sudah dengan sendirinya pasti.

Program acara apa yang intensitas sms paling banyak dan digemari : Request sama like top, bisa menjadi inspirasi pendengar. Program acara unggulan, Kopi pagi, wwp, hampir semua.

Respon pendengar terhadap acara : Baik ngukurnya dari respon sms, telepon. Paling gampang mengukur acara itu dari telepon klo gak ada ya kemungkinan ada dua ; klo gak denger, atau acara itu jeblok(menurun). Anak muda sekarang trendnya sudah berubah, kita tidak hanya focus terhadap request kita ada beberapa acara Top. Acara yang tidak diikuti oleh pendengar tapi itu bermanfaat.

Peran penyiar terhadap keberhasilan : ya terutama menempatkan sebagai teman, lebih menghargai seperti teman ngobrol, kadang ada yang curhat. Meskipun belum pernah denger suaranya langsung Melting, kita lebih mengutamakan sebagai teman dari pendengar.

Program acara yang langsung melibatkan pendengar : TOP 40, wwp

Cara program acara dikemas : klo disini NON Air yak lo Off air itu kan tidak jalan klo Non air itu tetap jalan. Kadang melibatkan pendengar kadang juga tidak tergantung acaranya apa. Non air acara campur-campur Ulang tahun itu melibatkan, karena melibatkan daerah yang ada di madiun. Akan ada acara baru untuk grup band indie namanya Hip-Hip POP setidaknya kita kasih wadah untuk anak-anak band

Divisi apa yang melibatkan pendengar : Yang paling utama Program dan Marketing, klo divisi departemen semua terkait yak arena saling berkaitan semua.

Fungsi pengawasan terhadap hasil output : controlling, ada fungsi-fungsi controlling go POAC tadi

Jumlah crew yang tergabung : 35an

Pengelolaan Manajemen SDM : sesuai Job deskripsi masing-masing divisi. Atau sesuai peraturan. Klo awal rekrutmen kan ada prosedur, ada tes tulis, ada tes wawancara dan klo sudah ketrima gak langsung siaran tapi kita masukan box dulu kita training selama 2 bulan di box setiap hari setelah itu baru kita coba siaran tapi juga di awasi dan diberi evaluasi apa yang kurang. Sampai dia sudah jadi dan siap dilepas untuk siaran.

Reward dan punishment : Klo melanggar itu kan sesuatu yang dilanggar dan itu peraturan perusahaan. Itu akan berurusan dengan HRD. Jika ada hukumannya sudah ada di ketetapan peraturan perusahaan. Klo pemberian reward akan ada plus-minusnya karena penyar itu sendiri punya karakter yang berbeda-beda. Klo pun ada pemberian hadiah, dulu pernah ada hadiahnya Umroh dan itu dari hasil polling sms dari pendengar. Tetapi klo dari perusahaan sendiri tidak menganjurkan karena menghindari adanya ke irian dalam hal bekerja.

Memberdayakan SDM : Kita kalo ada permasalahan biasanya kita selesaikan secara kekeluargaan. Tapi jika tidak bisa kita selesaikan secara kekeluargaan baru kita serahkan kepada yang berwenang. Karyawan DCS sendiri diikut sertakan dalam Akses kesehatan di tanggung oleh perusahaan dan sekarang pindah ke Jamsostek.

Budaya kerja : Kita menjunjung Profesional kerja, disiplin. Kita punya seragam khusus untuk crew DCS. Untuk keakraban kita juga ada arisan 1 bulan sekali. Klo acara 17 agustus ada kegiatan bersih-bersih daerah sekita kantor DCS. Trus ada acara senam untuk karyawan untuk kesehatan bagi SDM dan diberikan fasilitas untuk olahraga dan kedekatan. Trus atasan terhadap OB juga tidak boleh seenaknya sendiri tetapi bisa menempatkannya dan menghormati sesame pekerjaannya.

System prosedur : kita ada struktur oeganisasi, job deskripsi.

SDM seperti apa yang dibutuhkan DCS : Waras, Laki-laki tulen dan wanita tulen. Trus ada strandart- standart tertentu.

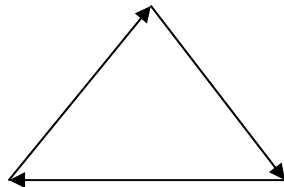
Pengelolaan promosi dan iklan : untuk promosi yang paling dasar itu kita pasang Baliho, semua sudah kita lakukan dari logo, mulut kemulut, dll. Fungsinya untuk Reminding. Semakin sering di reminding ya otomatis masuk ke otak. Untuk iklan itu Marketing paling tidak kita datang ke klien itu kita harus punya data ada marketing kit nya. Itu pasti ngomong soal program acara, itu pasti ngomong soal pendengar. Pendengar seperti apa yang mau di targetkan sesuai produk yang ditawarkan. Dan iklan nya itu kita masukan ke acara yang sesuai dengan pasar yang ditawarkan.

Target sasaran pengiklan : produknya laku, dan sebagai produk untuk pengingat direct selling. Ada produk yang iklannya itu menjaga ingatan. Ada klien yang menunjukkan CSR nya. AE

mana kala bertemu dengan klien dia harus tau misalnya produk baru berarti otomatis penetrasi pasar belum tentu dia pengen dia dikenal saja.

Iklan nasiona dan internasional : 50-50 lah

Yang bisa dijual di radio ini : Program acara pastinya ada segitiga



Perlatan di radio:

STUDIO SIARAN

- | | |
|-----------------|---------------|
| - Komputer | - TV monitor |
| - Mixer | - Exiter |
| - Microphone | - CD player |
| - Headphone | - Tape player |
| - Radio monitor | - Telepon |
| - TV monitor | |

STUDIO PRODUKSI

- | | |
|--------------|---------------|
| - Komputer | - CD player |
| - Mixer | - Tape player |
| - Microphone | - Telepon |

Perawatan alat : dicek sebelum siaran jika ada yang rusak langsung lapor bagian teknisi nt bisa di perbaiki tidak mesti di perbarui, selalu dibersihkan. Klo rusak itu mengharuskan diganti ya diganti.

Sarana prasarana yang mendukung : yang paling utama gedung, listrik, fasilitas ada mobil dinas, motor dinas, jamsostek, ada kantin. Fasilitas computer, internet, dll.

Transkrip wawancara Moderato

Nama Perusahaan : PT. Radio Moderato FM Madiun

Nama Udara radio : Moderato FM Madiun

Nama Responden : Dian Ratna

Jabatan Responden : Broadcasting Manager

Sejarah berdirinya Radio ini adalah lahir nya 1968 dirintis setelah 3 tahun setelah itu baru resmi oleh PRSSNI.

Visi dan misi dari moderato : Visinya kita memberikan informasi yang terbaik memberikan musik yang terbaik lebih dan kenapa kita memilih informasi, karena kalau di informasi itu segmennya macem2 ada pendidikan, ada sosialnya, ada budanyanya, lifestly ada infotainment selebritis macem2 pokoknya kita pilih informasi disitu. Kalau news itu kan biasanya fokusnya ke berita jadi kita lebih umum pemberian informasinya

Segmentasi dan format radio ini adalah cenderung ke dewasa dan professional muda. formatnya music adult contemporary. Jadi walaupun kita punya program untuk remaja tapi music yang kita pilih itu benar2 selektif, kita gak boleh puter RnB yang dari awal samapi akhir itu gak boleh, Hardrock itu juga gak boleh. Jadi bener2 dilarang, music yang kita puter tu bagaimana pendengar yang ngedengerin itu siapapun dan usia berapapun bias nyaman dan gak mau matiin radio.

Struktur organisasi dari radio Moderato

STP = adult,kita pilihnya adult dan professional muda. Usia 20-55 tahun

Berapa jam radio moderato mengudara ..kita dari jam 5 pagi sampai jam 12 malam

Cirri yang membedakan antara radio Moderato dengan radio siaran lainnya di kota Madiun adalah jadi kita tu nembaknya ke program ya..jadi bener dari pagi tu kita sudah mulai dari program cakrawala pagi disitu kita kasih music namanya jalur bebas, jadi mau era 90 an

sampai 2011 yang paling baru ini bias di request disitu, trus kita kasih informasi ini kaitannya sama news jadi, walaupun news tapi disitu mungkin ada info film, atau sebagainya jadi kita bias masuk disitu. Jadi bener2 jalur bebas dan kita nembaknya ke penyiar, jadi kita liat siapa penyiar kita yang berkompeten dibidang itu di pagi hari yang membuka wawasan, kita masukin disitu. Jadi aku harus punya kayak tentara2 yang siap pagi hari, dia punya wawasan yang pas taruh pagi gitu. Nanti siangpun juga seperti itu. Jadi setiap acara yang kita kofli itu punya penyiar pilihan sesuai sama konsep acaranya. Jadi bener2 kita pilih. Kalau misalnya ada penyiar yang gak bias siaran POP itu gak akan pernah boleh digantiin sama penyiar Dangdut. Karena dy memang style nya dy yang kita pilih untuk sesuai acaranya. Harus ada penyiar2 tertentu yang bisa siaran itu, misalnya ada pilihan, misalnya ada 3 penyiar yang boleh siaran POP misalnya yang satu gak boleh yang dua itu harus bisa standby atau ngegantiin. Jadi kita harus bener2 menjaga itu di Moderato.

Banyak banget, semua radio menjadi competitor Kompetitor langsung dan terbesar ada DCS , Pro 2, Wijaya Kusuma itu.

Strategi utk memenangkan bisnis : Strategi harus inovatif dengan program2 yang kita punya (moderato), kita melakukan dan melihat research karena kita bekerjasama dengan Surabaya. Jadi Surabaya membuat Research apa yang diinginkan sama pendengar saat sekarang music apa yang disukai sama mereka. Dan saat sekarang ini sendiri ya 70% musik yang suka oleh pendengar adalah music Indonesia. Jadi Acara2 yang kita punya tidak didominasi sama tembang 2 manca Negara. Kita dominasi oleh tembang dalam negeri.

Manajemen Penyiaran dari radio ini adalah Kita kan memang punya program, prpgram kita banyak itu tadi udah aku sebutin pagi ada cakrawala pagi, berisi tembang jalur bebas dari era 90an sampai 2011 yang paling baru. Nanti di Galeri PopIndo dari jam 09.00- 12.00 kita punya galeri popindo yang khusus sekitar metro dalam negeri. Sementara jam 12 sampai 14 itu kita punya program dangdut dan program dangdut kita itu juga jalur bebas jadi bisa request tembang yang oldest, campur sampai tahun yang terbaru samapi yang release season semuanya disitu dengan penyiar pilihan. Jam 2 sampai jam 6 kita punya program untuk temen2 mahasiswa baru dalam negri dan manca Negara dan tetep gak boleh didominasi oleh manca Negara kita punya Espresso kita. Jadi 6 bulan lah, 6 bulan mundur misalnya 2010 berarti Juli 2010 lagu yang diputer itu Espresso. Trus jam 6 sampai jam 8 kita punya Galeri Indonesia jadi kita puter hist nya

Krisdayanti, Ruth shanaya pokoknya tembang2 yang terbaik yang kita kasih disitu. Sementara jam 8 sampai jam 10 itu kita punya galeri Campursari, bebas lagunya lama, baru boleh. Nah jam 10 sampai jam 12 malam kita punya acara spesial Bingkai nostalgia, di bingkai nostalgia ini kita punya kecenderungan kita memanfaatkan pendengar kita ada yang luar negeri, dalam negeri, ada yang didaerah jawa, ada yang diluar jawa improve nya jadi lebih 50-50 lah. Yang dari daerah kita 50 % yang dari luar 50 %. Yang tadi kaitannya dengan program produksi kita memang punya Weekly program. Misalnya Weekly program itu di hari sabtu, di hari sabtu itu ada Moderato Top Hit's yang intinya tu Moderato Top Hit's itu kayak 10 tembang Mancanegara yang terbaik. Ada 2 New entri 2 tembang baru. Nah itu proses produksinya itu sendiri itu kita record mayoritas itu kita record kecuali kalau acara tertentu kita live misalnya kaya Natal, Kayak Lebaran, Kayak Tahun Baru itu kita live. Nah itu proses produksinya yang jelas setiap petugas kalau kita di Moderato, kalau di radio lain yang boleh memproduksi itu hanya bagian produksi saja mungkin ya tapi kalau di Moderato itu memang diwajibkan setiap penyiar mempunyai ketrampilan recording biasanya kita pakai top edition atau gak pro edit pro. Nah setelah lepas penyiar menyelesaikannya nanti di cek dulu sama music director kalau gak sama Kabag. Produksinya layak gak si ini untuk diputer tapi kalau misalnya udah oke, ya nanti bisa diputer kita udarakan. Setelah di udarakan nanti kurang lebihnya tanggungjawab saya ngecek, kurangnya dimana, lebihnya dimana terus nanti disampaikan lagi sama yang bertugas di program itu dilakukan revisi nanti diperbaiki di episode berikutnya.

Strategi penyiaran Radio Moderato : Strateginya kita harus mempunyai tampilan2, tampilan2 yang menarik untuk pendengar misalnya selain kita focus pada program yang kita pilihin misalnya kayak tadi kalau pagi apa sih cocoknya yang didominasi di acara pagi itu siapa?? Professional muda atau orang dewasa atau mungkin orang yang mau berangkat bekerja atau ibu rumah tangga atau orang pengusaha yang memang sudah siap di tempat kerja. Jadi informasi2 yang kita hadirkan itu memang yang orang butuhkan. Sementara dari jam 9-12 mungkin orang lebih free lagi jadi kita kasih sentuhan tembang2 dalam negeri yang mungkin itu mengingatkan memori merekalah jadi tembang yang sudah (lawas) kita kasih disitu. Kalau siangpun kecenderungan siang hari yang lebih free orang2 yang kalangannya bukan menengah keatas tapi menengah aja dan menengah kebawah untuk dangdutnya. Kalau espresso ini untuk anak2 pulang sekolah udah saatnya menikmati something fresh jadi kita kasih tembang2 yang baru di espresso dari jam 4-jam 6 malam. Malam sudah waktunya untuk istirahat jadi kita kasih sesuatu yang

enggak terlalu membuat kuping itu berisik. Jadi kita kasih music yang bagus, musik2 pilihan di Galeri Indonesia. Lebih malam lagi kita kasih music campursari kenapa? Karena biasanya jam segitu itu didominasi sama kaum oldiest. Jadi gini, kalau pagi aku kasih penyiar2 pilihan itu kenapa? Saya harus melihat competitor saya. Misalnya sana pasang(radio lain) pasang penyiar sapa? Bagus gak, seperti apa kualitasnya? Jadi saya harusnya butuh penyiar yang tangguh juga. Harus bisa menyeimbangkan paling tidak menyeimbangkan competitor kita. Di Galeri Pop ind juga gitu sana penyiarnya sapa jadi orang2 yang aku pilih di galeri pop ind itu juga harus orang2 pilihan. Di radio kita yang penyiar pagi itu maksimal sampai jam 20 ini memang harus penyiar2 yang sangat professional yang bisa menjual. Sementara kalau malem itu kita iklan lebih sedikit, jadi kalau malam itu istilahnya susah..bukan susahya.. tapi daya tarik iklan itu kurang banyak. Walaupun seperti itu saya tetep pasang penyiar yang oke, Nah ini paling tidak bisalah di galeri campursari mislnya Mas Mukti gak bisa, mungkin bisa diwakili sama yang ada disitu satu tempat. Tapi kalau diluar tadi itu gak boleh, karena memang ini acaranya pilihan.

Urutan Proses Produksi dalam penyiaran : Seperti yang saya jelaskan tadi banyak banget Moderato itu Invesnya ada Delta Maggi, ada focus pada keluarga, trus ada VOA, trus ada dialog acara islam, ada star news, ada fresh new, macaem2. Nah itu yang biasanya program relay, ya kita gak masalah bisa langsung smash antara lagu sama relay. Tapi untuk acara yang tadi saya sebutin itu untuk insert2 dan lain-lain biasanya kita di ruang produksi itu kita kerjain dulu. Memang ada intensitasnya, ada beberapa insert yang ada programnya. Ada beberapa insert yang dikerjain sama penyiarnya. Insert yang dikerjakan sama penyiarnya musti dibawah pengawasan atau control dari Kabag. Produksi kalau gak ya dari Musik Director. Biasanya kita kayak Dowload lagu gitu kan, download lagu itu gak boleh langsung diputer. Jadi musti diseimbangkan dulu di Mix, trus di normalin kayak apa gitu.

Bagaimana pembuatan perencanaan proses produksi : kita meeting, meeting itu ada meeting rutin misalnya sebulan sekali ada meeting yang fleksibel dimana ada something yang mau dibicarakan dan kita bicarakan bareng2. Janjian dulu nanti bisanya kapan nanti bisa meeting bareng trus ada juga yang langsung personal sama penyiarnya. Misalnya penyiar ini kok mengalami penurunan ya...jadi aku musti dari hati ke hati sama penyiar kenapa, ada masalah apa? Tuntutannya apa? Jadi ada 3 macem.

Mengukur keberhasilan dari proses produksi : Evaluasi, jadi kita selalu evaluasi. Evaluasi kita lakukan kalau menemukan something yang dirasa masih kurang tepat jadi kalau dirasa fine2 aja ya udah. Tapi kalau misalnya ini harus ada yang diperbaiki biasanya langsung saya sampaikan. Yang sering kali sih langsung kepenyiaranya atau pembuatnya. Jadi ada yang bisa di bawa ke meeting tapi ada yang diselesaikan off air istilahnya kayak gitu.

Apakah evaluasi melibatkan pendengar : Pernah sih evaluasi melibatkan pendengar itu pernah. Tapi yang untuk saat ini kita jalani itu evaluasi melibatkan tim dari Marketing, dari kantor tim administrasi, trus director, trus kita ada konsultan dari Surabaya trus ada juga Manajer, General Manajer. Trus untuk manajer penyiaran, Kabag. Produksi sama penyiar, Music director pokoknya lengkap deh. Crew lengkap. Untuk melibatkan pendengar sendiri nggak terlalu sering, tapi kalau kritik dan saran itu selalu kita terima. Biasanya kita dapet surat juga dari pendengar misalnya kenapa Espresso gak dijadiin kayak Galeri Nostalgia jadi ada format resmi apa, tema apa, yang bisa kita jalani ya kita jalankan betul2 kita jalankan tapi kalau kita merasa program yang kita punya ini sebaiknya kita jalnkan dulu karena kita merasa lebih bagus ya kita akan jalankan program itu lebih dulu.

Sumber Materi siaran : Macem2, biasanya penyiar itu punya buku bacaan, buku bacaan kan macem2 bisa buku bacaan novel, cerpen, macem2 pokoknya untuk buku bacaan ini. Nah itu kalau kita punya informasi atau buku resep dan sebagainya atau manfaat2 dari buah2an itu bisa kita kasih tanda. Oh ini kayaknya bagus untuk siaran nanti, kapan ya..trus digaris bawah. Trus kayak cerpen, ceritanya itu apa sih yang inspirasional. Karena kita juga banyak kisah2 inspirasional di Moderato itu. Jadi oh ini bagus untuk inspirasional. Kalau inspirasional masuknya ke cakrawala pagi. Trus internet perannya lebih besar dari pada media lain, trus surat kabar langganan 4 surat kabar yang dijadikan bahan referensi bisa juga bahan siaran. Tapi sebelum dijadikan bahan siaran harus dikonsultasikan ini kira2 menarik gak ya.. nah setelah itu dipilih, disiarkan kita harus mengisi Log. Jadi misalnya cakrawala pagi tadi infonya apa, gak boleh tadi infonya masuk ke program diatasnya penyiaranya harus mengisi log tadi cakrawala pagi ini, infonya ini, sumbernya ini. Jadi di galeri pop Indonesia dia harus cari info lain gitu.

Bagaimana bentuk acara hiburan di radio ini : bentukny kita tidak formal, jadi bukan bentuk formal. Lebih ke informal tapi tetap disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami.

Perencanaan program acara : perencanaan program acara itu kita sepakati misalnya 6 bulan kita jalankan, nah kemudian kita evaluasi program acara 6 bulan itu masih cocok untuk dipakai di program berikutnya makanya kita jalankan lagi. Tapi kalau program baru 3 bulan, dan itu tidak bisa dijalankan lagi ya kita gak boleh nunggu program acara itu sampai kehilangan pendengar. Kita harus pintar membuat program baru, dibikin acara biar bisa berjalan. Kalau kita ngerasa program gak bisa dijalani trus nunggu samapai kehilangan pendengar itu gak boleh. Jadi cepet tanggaplah ini acara ini responnya seperti apa jadi kita melibatkan pendengar juga disitu. Ada juga tipe pendengar yang hanya Cuma ngedengerin aja. Kita berusaha melibatkan pendengar

Langkah2 untuk mengevaluasi program acara : Langkah2nya yang pertama kita evaluasi itu kalau tugas saya sebagai manajernya saya mayoritas mendengarkan penyiar bicara langsung. Jadi, yang cakrawala pagi itu seperti apa ya.. penyiar satu sama penyiar lain ada kesenjangan gak? Misalnya seperti itu trus pas lagi siaran tu ada kesulitan apa ya yang membuat penyiar saya kok tidak bisa menjalankan format dia secara bener. Karena misalnya gini, kalau di cakrawala pagi itu tidak boleh didominasi oleh tembang mancanegara. Tapi yang terjadi penyiar saya memutarakan tembang mancanegara lebih banyak ketimbang tembang dalam negeri. Itu kesulitannya apa? Karena emang penyiarnya bandelkah atau karena dia tidak membaca peraturan yang kita punya atau dia sudah lupa. Jadi saya harus ngobrol dulu dengan dia (penyiar) dengan bahasa sesama teman kan ada yang, mungkin dia menunjukkan sebagai atasan tapi kalau disini itu menunjukkan sesama teman. Kenapa mbak, kesulitannya apa? Format kita yang baru seperti ini lho.. Itu kita sampaikan. Itu untuk evaluasi kecil untuk evaluasi yang besar kita kumpulin masalah2 yang ada mungkin selama seminggu atau bisa juga dua minggu trus kita bicarakan kalau itu melibatkan directur teknis ya dilibatkan. Misalnya masalah hadset, masalah computer, masalah lagu. Tapi dibagi tugasnya masing-masing.

Siapa saja yang terlibat dalam programming dan peran manager : yang terlibat tentunya semuanya ya, maksudnya terlibat itu, terlibat bisa memberikan usulan atau biasanya saya buat rancangan dulu. Saya bacakan rancangan saya, saya punya ide seperti ini rancangan seperti ini. Kita bahas per poin, poin A menurut anda seperti apa? Ada masukan lain gak kalau ternyata ide

dari penyiar atau tim marketing lebih baik ya itu yang kita setuju dengan suara yang lebih banyak walaupun itu ide mungkin dari temennya penyiar.

Program acara apa yang intensitas SMS lebih banyak (program unggulan) : kalau program aku gak bisa sebut satu acara ya, tapi 4 acara mungkin ; cakrawala pagi, galeri popindo, espresso sama galeri Indonesia. Lagi-lagi Karena factor lagu dalam negeri. Karena kecenderungan pendengar saat ini itu lebih ke tembang dalam negeri, tahu sendiri kan..sekarang ini memang lagu Indonesia itu dapur rekamannya sedang panas-panasnya.

Respon pendengar mengenai program acara yang disiarkan radio ini dan bagaimana mengukurnya : mengukurnya biasanya waktu itu ada penelitian dari PRSSNI melibatkan juga pendengar. Kita bekerjasama waktu itu penelitian acara espresso ini jadi dari factor yang kita ambil misalnya ya. Berapa orang yang ngedengerin cakrawala pagi, berapa orang yang ngedengerin galeri PopIndonesia. Walaupun itu tidak bisa dijadikan patokan, karena mungkin aja mereka ngedengerin Cuma itu aja dan gak yang lain tapi kita bisa lihat juga dari SMS yang masuk. Kira-kira program ini yang lemah yang mana ya.. kalau mungkin boleh terbuka saat sekarang itu yang pendengar yang masih rata-rata gak terlalu membajak banget bisa dibilang itu Galeri dangdut. Karena memang di galeri dangdut ini yang mendominasi biasanya kalangan menengah atau menengah kebawah. Yang galeri dangdut ini aja sedang yang lain banyak pendengarnya. Apalagi di bingkai nostalgia ini unggulan banget. Di bingkai nostalgia ini gak hanya melibatkan pendengar dalam kota aja, tapi luar kota sama luar negeri. Walaupun di program lainpun juga seperti itu cakrawala pagi juga, galeri pop Indonesia juga, karena kita juga pakai radio streaming di website moderatofm. Jadi orang-orang madiun yang jadi TKW di luar negeri bisa ngedengerin kita atau lewat facebook atau ym kita bisa ngenalin radio kita. Mayoritas di Korea, Maroko, Amerika juga dan mereka requestnya tembang mancanegara tentunya. Jadi penyiar kita dituntut untuk dwibahasa(Indo-Inggris).

Peran penyiar dalam memperoleh pendengar: jadi penyiar untuk memperoleh pendengar itu tergantung gimana caranya. Jadi gini, setiap penyiar itu memang harus punya karakter sendiri. Misalnya bawain acara, si A punya gaya siaran yang seperti itu yang sudah mendapatkan reaksi pendengar yang sangat bagus. Walau seperti itu penyiar B ketika masuk di ruang siaran si A itu gak boleh dengan gaya siaran si A dia harus punya style sendiri punya karakter sendiri. Penyiar

itu tidak boleh kelihatan sombong, tidak boleh kelihatan menggurui tidak boleh inden walaupun mungkin dia dalam kondisi yang tidak baik. Pokonya dia harus punya Airpersonality namanya Airpersonality jadi punya kepribadian diri di udara. Pendengar itu bisa menilai penyiar yang dia dengarkan lewat apa yang dia utarakan secara bahasanya, pilihan katanya itu kelihatan banget. Jadi, kepribadian penyiarnya itu seperti apa. Kita menarik pendengar itu lewat kepribadian kita seperti apa. Jadi lebih ke Airpersonality ke tampilan acaranya, isinya acaranya itu apa, supaya pendengar itu mau mendengarkan kita. Kalau acaranya gak berisi cuma request-diputerin, request-diputerin kan gak ada something yang bisa dipelajari sama penyiarnya gitu.

Apakah ada acara yang melibatkan pendengar : Off air, off air ini juga bisa melibatkan pendengar misalnya kita acara ulangtahun Moderato kita ada event diluar tapi ada juga event didalam. Didalam itu kita undang pendengar semuanya dari galeri campursari siapa yang sering ikut, itu diundang trus dari program yang lain siapa yang mau ikut itu diundang. Selain itu kita juga bikin kuis, jadi ada kuis yang hadiahnya bisa kumpul bareng sama kita. Nah disitu kan bisa saling share. Oh espresso tu lebih bagus kalau gini lho.. nah jadi kita bisa saling share sambil makan, sambil share tanya-tanya apa yang disukai sama mereka ada favorit apa. Selain off air ulangtahun ya off air fleksibel seperti kerjasama yang paling sering itu kita kerjasama sama Wings.

Bagaimana program acara tersebut dikemas : lewat pertemuan biasanya di ultah radio ya, pertemuan di ultah radio itu dan yang paling sering itu kita juga punya acara dibingkai Nostalgia itu pusat lagu serba ada itu acara itu biasanya kita kasih di minggu ke2 sama minggu ke4 kalau gak gitu pas ada moment tertentu kayak lebaran itu kan. Trus ada Pujasera jadi acara dimana kita mengundang pendengar untuk bisa karaokean bareng. Karaoke itu free mau lagu baru mau lagu lama, mau lagu manca, campursari apapun itu ada disitu. Nah itu kan pertemuan juga antara penyiar sama pendengar biasanya disitu juga kita menerima masukan dari pendengar.

Divisi2 apa saja yang terlibat : yang jelas Marketing iya, divisi untuk penyiaran juga iya, produksi, administrasi juga iya. Jadi kalau disini itu kan radio hidupnya dari iklan, jadi yang mencari iklan bukan hanya bagian marketing saja memang dominasi marketing tapi semua

siapapun itu bisa membantu memperoleh iklan jadi lebih mudah. Siapapun dan bagaimanapun yang mendapatkan iklan bakal kita terima.

Hasil output program acara : mungkin kalau hasil yang dilihat secara skill itu gak keliatan ya. Tapi pastinya harapkan kita dari hasil yang kita sampaikan karena kita punya banyak sekali program yang tujuannya macem2. Itu ada yang untuk insert ya, kayak kesehatan itu tujuannya untuk lebih meningkatkan kesehatan dalam masyarakat supaya mereka lebih mengerti ini gejalanya seperti apa itu ada di info kesehatan. Trus dari acar2 yang kita hadirkan itu sendiri pastinya punya tujuan yang macem2. Jadi misalnya kalau pagi, orang2 ini kalau gak punya televise trus apa medianya? Kan radio paling tidak mereka gak terlambat lah tentang hal yang baru hal yang hangat sedang bahkan saat itu juga berapa menit sesudah itu baru kita siarkan. Nah ini supaya mereka gak GAPTEK juga gitu. Gak tahu apa kan di Espresso itu kita punya sains untuk teknologi supaya gak gaptek juga. Oh ini ada yang diluncurkan sama Apel misalnya apa trus fashion supaya gak ketinggalan tu seperti apa sih? Gak suka fashion tapi gak ketinggalan seperti apa? Itu kan tujuannya pokoknya intinya memberikan yang terbaik buat pendengar.

Berapa jumlah crew di radio ini : sekitar 22

Pengelolaan SDM radio : mereka kan punya jobdes sendiri2, jadi mereka harus menjalankan tugasnya sesuai jobdes yang sudah disetujui dan disepakati.

Meperbedayakan SDM : memperbedayakan mereka supaya gak nganggur di kantor gitu ya? Kita tu punya bagian masing2 tu kita walaupun kita bisa mengerjakan tugasnya kita tapi kalau pendataan bukti ya dia fokusnya ke bookvision dia punya tujangan disitu. Kalau MD dia fokusnya ke music, ke music yang masuk, ke music yang akan disiarkan, ke life new entrinya, itu dia yang ngerjain sendiri memang sadar tugasnya. Kayak saya tugasnya ngontrol, bikinin jadwal, atau bikinin insert, ngecek-ngecek hasil produksinya teman juga. Jadi walaupun tanggungjawab misalnya di bagian produksi sama dibagian Musik director itu tetep yang tertinggi kan saya yang mengontrol jadi tanggungjawab ada di saya yang tadi sudah punya bagian masing-masing. Kalau penyiar itu ka nada 2 ; full timer sama yang tetep sama yang kantor, jadi kalau yang gak full timer atau part timer, itu dia cuman siaran doang dia mungkin dating setengah jam sebelumnya. Trus dia cari materi apalah, karena tidak satu jam itu didominasi sama informasi kita memang

seperti itu. Supaya pendengarnya tidak jenuh kita ada sesi tertentu yang bacain sms ataupun terima telepon dan sesi tertentu bukan sesi perjam ya ini jadi maksudnya sesi per on air ya kita kasih informasi. Nah penyiar nanti bakal cari informasi itu selama dia sebelum siaran menunggu siaran berikutnya dan gak boleh telat datengnya. Trus gimana dia bisa mempersiapkan informasinya? Jadi dia gak boleh dateng telat gitu. Trus penyiar full time itu walaupun dia selesai siaran dia gak berarti bebas kerja, dia masih punya tanggung jawab lain tugas yang lain. Misalnya kalau ada lagu-lagu baru yang belum di download kayak saya membantu tugas Musik Director jadi sama-sama membantu.

Pembinaan crew Reward atau pluishmen : kalau sangsi untuk pembinaan kita itu walaupun itu saya ataupun siapapun yang sudah bersiaran disini rata-rata.. jadi yang paling lama siaran disini tu 25 tahun sudah jadi penyiar disini sampai mungkin yang terbaru-baru sekitar 9 bulan siaran disini dan itu seluruhnya tanpa terkecuali akan mendapatkan evaluasi. Evaluasi dari konsultan kita dari Surabaya, jadi walaupun saya melakukan kesalahan atau siapapun yang sekiranya mengalami penurunan akan mendapatkan evaluasi dari beliau dan mendapatkan masukan. Trus kalau masalahnya misalnya masalahnya si A cara mengatasi si A bagaimana jadi bukan hanya problem-problem tertentu tapi memberikan masukan membantu dia supaya bangkit lagi. Kalau masalah Punishmen kalau rata-rata aktif dalam menjalankan tugasnya tapi kalau punishmen misalnya kita tegur dulu, kalau di tegur trus di kasih sangsi surat peringatan kalau diperingatin pertama gak bisa, diperingatin kedua gak bisa kita kasih surat peringatan kalau sudah dikasih surat peringatan dan belum bisa berubah akan dikurangi jam siarnya kita lihat bisa maksimal gak dia dikurangi jam siarannya itu. Kalau memang dia sangat-sangat tidak bisa berubah lebih baik selesai kontrak ya selesai. Kalau untuk penghargaan tu kalau penyiar nya masuk terus, unggulan dia akan dapet tambahan Vip. Trus kalau penyiar lebih banyak digemari jam kemunculan dia ditambahkan. Misalnya aku harus bisa bagi sekian jam supaya adil tu gimana misalnya seminggu itu 20 jam tapi penyiar yang digemari itu bisa aku kasih 23 jam atau 24 jam sebagai bentuk penghargaan dan juga sebagai wadah untuk kita itu oh..seperti ini lho pendengar penyiar ini pantes lho untuk sekian jam. Tapi kalau sistemnya dibalik misalnya penyiarnya sudah tidak disukai lagi trus dikasih jamnya banyak nanti gak enak juga.

Budaya kerja : kita lebih kekeluargaan jadi bukan atas bawah, bukan directur seperti apa gitu tapi lebih ke keluargaan jadi gak kayak karyawan dengan atasan. Jadi harus bisa mnempatkan

diri dalam artian kalau kita pas nyantai, pas gak ada kerjaan ya kita temen biasa tapi ketika saya diminta mengevaluasi mereka dan peringatan ya saya harus bisa menempatkan diri saya. Siapapun itu seperti menegur penyiar yang salah puter iklan ya harus seperti manager marketing yang menegur penyiar. Pokoknya menyesuaikan sesuai kadarnya.

System dan prosedur penyiaran : system nya kalau misalnya laporan gitu ya, kalau saya kan dari penyiar habis penyiar ada MD ya, ada kesulitan apa-apa trus ada dari Kabag. Produksi trus ke saya trus ke GM abis ke GM trus ke Directur nanti ngebahas bersama Komisaris tru dibahas bersama kita. Kalau kantor punya sendiri kantor itu dari staf biasa sampai ke bagian Administrasi, bagian administrasi nanti ngobrol sama manajer keuangan. Manajer keuangan nanti ngobrol sama manajer marketing habis itu baru ke General Manajer juga habis ke general Manajer ke Directur. Directur nanti bahas lagi sama Komisaris.

SDM seperti apa yg dibutuhkan radi ini : Kalau SDM harus Optimis orangnya harus bisa menjaga komitmen, cinta sama radionya, dia harus segar idenya, inovatif, kreatif, berkarakter, bertanggungjawab ini kuncinya untu penyiar ya. Jadi kita untuk membedakan sudah menjadi karakter kita. Mungkin dari dirimu sendiri pernah denger radio penyiar dari siaran pagi, penyiar siang, penyiar sore, penyiar malem punya style yang sama. Dengan nada yang sama juga, tapi kalau di Moderato kita lebih mengangkat karakter itu. Jadi owh penyiar ini punya karakter ya suaranya gak terlalu bagus tapi dia punya karakter, dia punya cirri khas, dia punya Airpersonality ya itu yang kita pilih. Itu kita reka di rekrutmen kalau suara yang bagus aja itu akan ngebosenin, tapi kalau penyiar yang punya karakter itu dia akan menarik orang untuk dengerin lagi dan lagi.

Bagaimana pengelolaan produksi iklan : proposalnya dikirim ke siapapun kemanapun proposal kerjasamanya. Kalau gak gitu yang sudah pasang iklan supaya lagi pasang lagi pasang lagi. Kalau kerjasama mau abis nanti sebulan lagi kerjasamanya mau abis mau dipasang lagi gak? Nanti kita kasih bonus misalnya nanti iklan di moderato nanti kita kasih bonus iklanin di pesona fm. Yang pesona dapet bonus iklanin ke moderato atau kalau bonusnya di moderato kita kasih paket misalnya 3 bulan. Kalau 3 bulan itu dapet paket, kalau bapak pasang 1 bulan nanti bapak gak dapet bonus kan sayang jadi pilih paket padahal paket itu lebih mahal gitu.

Target sasaran iklan : Kearah manapun ke produk apapun juga tapi yang jelas klo rokok itu malem ya. Kita gak menolak tapi kita pinter2 pengaturannya misalnya dealer, ada 5 dealer yang di Moderato jadi gimana? Mereka biasanya di jam aktif, jam aktif tu jam 5 pagi- jam 10 ya nanti jam 5 di dealer A jam 5 nanti di menit keberapanya misalnya dia di menit awal menit tengahnya nanti iklan yang lain jadi gak boleh kalau misalnya satu kali kita puter iklan itu dealer semuanya itu gak boleh. Atau ini untuk seluler itu ada operator apa trus ada operator lagi kita gak boleh juga trus blockingtime itu 45 menit kalau misal udah dimiliki telkomsel aku gak bisa puter ke XL.

Berapa % iklan nasional % local : Kalau penghasilannya itu didominasi sama yang Nasional.. 60% nasional 40% local

Ketentuan memperoleh iklan : Biasanya kalau ketentuan itu gak terlalu sih tapi bagaimana kita mengemas iklannya itu. Kemasannya beda misal memperpanjang alat kelamin atau apa gitu. Biasanya kita minta rekaman dia sudah bikin di radio apa gitu kita minta lagi rekamannya nanti dari rekamannya kita bikin skrip lagi kita edit sendiri kita pakai penyiar kita pilih gaya bahasa yang lebih pantas untuk pendengar jadi kita biasanya gitu.

Apa saja yang bisa dijual di radio ini: Acara biasanya kalau di radio itu acara. Atau mungkin pas event misalnya hari ibu aku mengundang istrinya pak walikota disitu kita bisa jual atau hari pendidikan aku mengundang anak-anak yang berhasil mendapatkan penghargaan karena penelitiannya gitu. Misalnya galeri Pop Indonesia itu banyak banget SMS nya disini apa yang mau dijual kalau udah jam 9 nya dijual lalu jam 10 nya apa yang mau dijual. Kan kita lihat kondisi Galeri Pop Indonesia itu punya paramex, Espresso tu punya Telkomsel, Cakrawala pagi itu punya Kusuma Bangsa dan pengiklan itu biasanya ngeliat yang siaran itu siapa.

Peralatan yang dipakai di radio lokaldan inter : kalau itu masalah teknisi ya, yang jelas tu pemancar, tower, atau antenna, ruangan penyiaran itu ada microphone, hadset, radio control, computer,.

Pemeliharaan peralatan radio : Biasanya kalau kita ada keluhan ya,, hadsetnya gak bisa atau kenapa gitu kita lapor ke direktu teknisi itu lebih ke pembenahan, penyediaan sama pembelian alat.

Sarana dan prasarana apa yang disediakan radio ini : Yang paling basic itu internet, truk, kayak, paper, disediakan 4 newspaper atau bisa lebih lah ya. Kemudahan-kemudahan kita bisa dikonsultasikan sama konsultan, bisa di share ke kita gitu.

