

**ANALISIS PROSES KREATIF PROGRAM HIBURAN DALAM RADIO SWASTA
BERJARINGAN DI BALI**

(Analisis Kualitatif Proses Kreatif Radio Phoenix Fm dan D'Oz Radio Bali Fm)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Oleh

Lalu Muhammad Subagia

13321132

Prodi Ilmu Komunikasi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

2018

SKRIPSI
ANALISIS PROSES KREATIF PROGRAM HIBURAN DALAM RADIO SWASTA
BERJARINGAN DI BALI

(Analisis Kualitatif Proses Kreatif Radio Phoenix Fm dan D'Oz Radio Bali Fm)

Disusun Oleh

Lalu Muhammad Subagia

13321132

Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan dihadapan tim
penguji skripsi,




PUJI RIANTO, S.I.P., MA

NIDN: 0503057601

SKRIPSI
ANALISIS PROSES KREATIF PROGRAM HIBURAN DALAM RADIO SWASTA
BERJARINGAN DI BALI

(Analisis Kualitatif Proses Kreatif Radio Phoenix Fm dan D'Oz Radio Bali Fm)

Disusun Oleh:

Lalu Muhammad Subagia

13321132

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 24 APR 2018

Dosen penguji

1. Ketua : Puji Rianto, S.I., M.A.
NIDN : 0503057601
2. Anggota : Nadia Wasta Utami, S.I.Kom., M.A.
NIDN : 0505068902



Mengesahkan

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Ketua

Muzayin Nazaruddin, S.Sos., M.A.
NIDN: 0516087901

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Lalu Muhammad Subagia

No. Mahasiswa : 13321132

Melalui surat ini menyatakan bahwa :

1. Dalam melakukan penelitian dan pembuatan laporan penelitian skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti plagiasi, 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 peneliti, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagaimana 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 bahwa skripsi saya adalah karya jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Dengan demikian pernyataan ini saya setuju dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 09 Oktober 2017

Yang menyatakan,

Lalu Muhammad Subagia

13321132

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Kedua Orang Tua saya Tercinta

Kepada Ayah saya Ir. Lalu Abdul Hayi Abidin

Kepada Ibu saya Pakhriyah Mali

Skripsi ini saya persembahkan juga kepada saudara-saudara saya yang telah mendukung selama saya menjalani perkuliahan di UII

Kepada kakak saya Baiq Inggit Wulandasasih

Kepada kakak saya Beni Siswanto

Kepada kakak saya Baiq Mandalika Adawiyah

Kepada Adek saya Lalu Muhammad Indra Jaya

Dan skripsi ini saya persembahkan juga kepada seluruh Keluarga Khasim Ashari dan Seluruh Keluarga Rempung.

Terimakasih atas dukungan selama ini dalam menyelesaikan perkuliahan di UII

HALAMAN MOTTO

“Man Jadda Wa Jadda”

Barang siapa yang
bersungguh-sungguh akan
mendapatkannya.

“Jika orang lain bisa,
maka aku juga termasuk
bisa”

KATA PENGANTAR

Assalamu'alakum Wr.Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin segala puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, Sang Pemilik dunia ini dan seisinya, dan hanya kepada-Nya lah kita patut memonon dan berserah diri. Tak lupa Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada nabi Muhammad SAW sang kekasih Allah karena dengan syafaat dari beliau lah kita dapat terbebas dari zaman kejahiliyahan, dan semoga kita selalu istiqomah di jalan-Nya.

Penelitian ini diajukan guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia. penelitian yang berjudul ANALISI PROSES KREATIF PROGRAM HIBURAN DALAM RADIO SWASTA BERJARINGAN DI BALI dapat terselesaikan.

Penelitian skripsi ini dapat terlaksana atas doa, bantuan, dan dorongan dari beberapa pihak, untuk itu peneliti sangat mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah S.W.T yang telah melimpahkan kemudahan dan karunianya.
2. Kepada pembimbing saya Puji Hariyanto yang telah sabar membimbing saya hingga proses penelitian ini selesai.
3. Kepada Pak Muzayin Nazzarudin, S.Sos, M.A. selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Indonesia atas segala bantuan dan kerja samanya.
5. Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Lalu Abdul Hayi Abidin dan Ibu Pakhriyah Mali, terimakasih yang sebesar-besarnya telah mendukung dan mendoakan ananda dengan penuh keikhlasan, dan kasih sayang yang sebesar-besar yang nakda belum bisa membalasnya. Saudara-saudara/i saya Baiq Inggit Wulandasasih, Baiq Mandalika, Lalu Muhammad Indra Jaya, Beni Siswanto yang telah memberikan dukungan serta do'a yang tiada henti.
6. Untuk keluarga besar Hasim Ashari terutama kakek TGH Lalu Abdul Zainal Abidin (alm), nenek Bini Siti Khadijah.
7. Untuk keluarga besar Jakarta terutama mamah Jakarta Baiq Hartini Zainal, Kak Vivi, Kak Atak, Kak Uya, Ungcle Andy, Kak DD, dan kak Maya. Terimakasih atas doanya selama ini.
8. Kepada Bi Yoyok dan Papuk Bak serta Dae yang telah mendukung dan mendoakan selama ini.
9. Kepada seluruh keluarga besar Rm. Taliwang Bersaudara yang telah memberikan doanya untuk kelancaran penelitian.
10. Kepada Mas Doddy, Mba Martha Gorla, Mba Ovi, dan Mas Diva dan keluarga Phoenix radio Fm, serta Mba Jasmine Samara, dan Mba Disepta Arumdwinia Amiranti dan

keluarga radio D'Oz Bali Fm telah bersedia menjadi informan dan membantu jalannya penelitian.

11. For my special one's aka Dwi Wiwik Kurnia yang selalu mendukung dan mensupport dengan kesabaran, dan selalu mengingatkan untuk menjalani semua ini hingga proses penelitian ini selesai.
12. Untuk keponakan saya, "Octo Fakhrizal" dan "Orva" yang menjadi pelepas lara dikala kesusahan saat proses penelitian berlangsung.
13. Terimakasih kepada sahabat saya Rufalzyh yang telah mengingatkan skripsi saya.
14. Kepada sahabat saya Jocha dan Fahmi Siddiq, yang menemani saat sedang gundah dalam menyelesaikan penelitian.
15. Kepada teman-teman perjuangan, Raspatih Taruna, Azka Destriawan, dan lainnya telah memberikan semangat dalam proses mengerjakan penelitian.
16. Seluruh teman-teman Komunikasi UII angkatan 2013 dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima Kasih!!

Tidak lupa saya mohon maaf apabila selama pengerjaan skripsi ini terdapat kekhilafan dan kesalahan. Saya menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan yang saya miliki. Oleh karena itu, saya mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalaamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatu

Yogyakarta, 09 April 2018

Peneliti,

Lalu Muhammad Subagia

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN	5
HALAMAN MOTTO	6
KATA PENGANTAR.....	7
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR.....	12
ABSTRACT	Error! Bookmark not defined.ii
BAB I.....	Error! Bookmark not defined.
A. LATAR BELAKANG	Error! Bookmark not defined.
B. RUMUSAN MASALAH	5
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT PENELITIAN	6
1. Manfaat Akademis	6

2. Manfaat Praktis	6
E. TINJAUAN PUSTAKA.....	7
1. Peneliti Terdahulu.....	7
2. Kerangka Pemikiran	9
a. Radio	9
b. Program Radio	12
c. Proses Kreatif	15
F. METODOLOGI PENELITIAN	Error!
Bookmark not defined.	
1. Metode Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
2. Waktu dan Lokasi	22
3. Objek Penelitian.....	Error!
Bookmark not defined.	
4. Pengumpulan Data	Error!
Bookmark not defined.	
5. Teknik Analisis Data	Error!
Bookmark not defined.	
6. Jadwal Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	
BAB II	26
A. Perkembangan Radio Bali	26
1. Sejarah Singkat Radio Phoenix FM	27
2. Sejarah Singkat Radio D'OZ Bali.....	35

BAB III	42
A. Proses Kreatif	42
1. Radio Phoenix FM	43
2. D'Oz Radio Bali	59
B. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Proses Kreatif dalam radio Phoenix radio Fm dan radio D'Oz Bali Fm	73
1. Radio Phoenix FM	73
2. D'Oz Radio Bali	75
BAB IV	78
A. Proses Kreatif dalam Program Hiburan Radio Swasta Bejaringan di Bali, Phoenix FM dan D'Oz radio Bali FM.....	78
B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreatif Radio Phoenix FM dalam Program “ <i>Fruit Tea</i> ini Indonesia” dan D'Oz Bali FM dalam program “Sore Santai”	88
C. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreatif Radio Phoenix FM dalam Program “ <i>Fruit Tea</i> ini Indonesia” dan D'Oz Bali FM dalam program “Sore Santai”	92
BAB V	96
A. KESIMPULAN	96
1. Proses Kreatif yang Dilakukan oleh Radio Phoenix Radio FM dan Proses Kreatif yang Dilakukan oleh Radio D'Oz Bali FM.	96
2. Hasil Kemasan Proses Kreatif yang Dilakukan oleh Phoenix FM dan D'Oz Bali FM	97
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kreatif Radio Phoenix FM dalam Siaran “ <i>Fruit Tea</i> ini Indonesia” dan D'Oz Bali FM dalam Siaran “Sore Santai”.	98
B. SARAN.....	99

C. KETERBATASAN PENELITIAN.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian	Error!
Bookmark not defined.	25
<u>Tabel 3.1 Table Proses Kreatif Radio Phoenix radio Fm dan D'Oz Bali Fm (<i>Taping dan Live</i>)</u>	Error!
Bookmark not defined.	71
<u>Tabel 3.2 Tabel Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kreatif radio Phoenix radio Fm dan D'Oz Bali Fm</u>	Error!
Bookmark not defined.	77
<u>Tabel 4.1</u> Tabel Perbedaan Radio Phoenix FM dan D'Oz Bali FM.....	Error!
Bookmark not defined.	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Phoenix.....	28
Gambar 2. 2 Info Program Rising Phoenix	Error!
Bookmark not defined.	28
Gambar 2. 3 Info Program Paper Jam	Error!
Bookmark not defined.	
Gambar 2. 4 Info Program “ <i>Fruit Tea</i> ini Indonesia”	Error!
Bookmark not defined.	29
Gambar 2. 5 Diagram Profile Pendengar Phoenix Fm	32
Gambar 2. 6 Diagram Komposisi Musik Phoenix Fm	33
Gambar 2. 7 Struktur Organisasi Phoenix	34
Gambar 2. 8 Logo D’Oz radio Bali	36
Gambar 2. 9 Diagram Pendengar D’Oz Bali Fm.....	39
Gambar 2. 10 Diagram Komposisi Siaran D’Oz Bali	40

Gambar 2. 11 Diagram Komposisi Musik D'Oz..... **Error!**
Bookmark not defined.

No table of figures entries found. Gambar 3. 3 Susunan Pekerja Kreatif di Phoenix radio Fm (Live)	53
Gambar 3. 4 Urutan Proses Kreatif Radio Phoenix radio Fm (Live).....	55
Gambar 3. 5 Susunan Pekerja Kreatif Radio D'Oz Bali Fm (Taping)	62
Gambar 3. 6 Urutan Proses Kreatif Radio D'Oz Bali Fm (Taping).....	65
Gambar 3. 7 Susunan Pekerja Kreatif di Radio D'Oz Bali Fm (Live)	67
Gambar 3. 8 Urutan Proses Kreatif Radio D'Oz Bali Fm (Live)	68

ABSTRAK

Lalu Muhammad Subagia. 13321132. Analisis Proses Kreatif Program Hiburan Radio Swasta Berjaringan Swasta di Bali (Analisi Kualitatif Proses Kreatif Radio Phoenix Fm dan D'Oz Bali Fm). Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2018

Dalam dunia yang dewasa ini, radio dalam penyampiannya tetap menjadi sarana dalam penyampaian informasi. Berbagai upaya yang dilakukan oleh pekerja kreatif radio untuk mendapatkan pendengarnya tentu memerlukan sebuah kemasan yang berbeda dalam siarannya. Sebuah proses kreatif pada siaran radio memiliki caranya sendiri. Seiring berjalannya waktu, kreatifitas akan mengalami peningkatan dengan adanya dorongan tetapi dapat juga mengalami penurunan dikarenakan adanya faktor penghambat tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti memilih radio berjaringan di Bali yaitu: radio Phoenix Fm dalam siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” dalam dan D'Oz Bali Fm dalam siaran “*Sore Santai*” untuk menjadi objek yang diteliti.

Tujuan dari penelitian ini ialah Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam proses kreatif dalam siaran *Sore Santai* radio lokal D'Oz radio Bali Fm dan “*Fruit Tea* Ini Indonesia” Phoenix FM. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi proses kreatif radio Phoenix radio Fm dan radio D'Oz Bali Fm ,dan mengetahui perbedaan dari kedua radio tersebut. Untuk mengetahui hal tersebut Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, di mana peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk mendapatkan hasil yang maksimal.

Peneliti menemukan hasil dimana proses kreatif yang di lakukan oleh radio Phoenix Fm dalam siaran “*Fruit tea* ini Indonesia” pada tahap pra produksi ide diputuskan bersama-sama oleh Program Direktur dan *State Manager* lalu dilanjutkan oleh devisi *scriptwriter*. Dalam D'Oz setelah keputusan diambil oleh Program Direktur, lalu proses pembuatan naskah dilakukan oleh

Produser. Hasil yang dari kreatifitas yang dilakukan oleh Phoenix Fm dalam membuat sebuah program, mereka menggunakan sebuah permainan dalam siarannya dan menggunakan devisi digital untuk memberikan alternatif kepada pendengarnya, untuk D'Oz Bali Fm memiliki sebuah salah satu insert dengan tema yang berbeda tiap harinya, dan memiliki siaran mendarat. Dalam penelitian ini juga ditemukan faktor pendorong kreatifitas dan faktor penghambat dari proses kreatif radio Phoenix dalam siaran "*Fruit tea ini Indonesia*" kebanggaan dalam menyandang sponsor, dan faktor penghambat yang dimiliki Phoenix radio ialah kekurangan dalam ide yang dimiliki untuk konten. D'Oz Bali Fm dalam siaran "*Sore Santai*" memiliki Faktor pendukung kreatifitasnya melalui konsep "*learning by doing*" dan faktor penghambat yang dimiliki oleh radio D'Oz ialah masih adanya kesalah teknis.

Kata Kunci : Radio, Proses Kreatif, Kreatifitas, Faktor Proses Kreatifitas.

ABSTRACT

Lalu Muhammad Subagia. 13321132. Creative Process Analysis of Private Networked Radio Program in Bali (Qualitative Analysis of the Creative Process of Radio Phoenix Fm and D'Oz Bali Fm). Bachelor's Thesis. Communication Studies Program, Faculty of Psychology and Social and Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia. 2018.

In today's world, radio in its delivery remains a means of informing. The various attempts made by creative radio workers to get their listeners are of course a different package in the broadcast. A creative process on the radio broadcast itself. Over time, creativity will increase with encouragement but can also cause these inhibiting factors. In this study, researchers chose radio networks in Bali, namely: Phoenix Fm radio in the broadcast "Fruit Tea Indonesia is" in and D'Oz Bali Fm in broadcast "Afternoon Relax" to become the object under study.

The purpose of this research is to broadcast the Local Radio Lifestyle D'Oz radio Bali Fm and "Fruit Tea Ini Indonesia" Phoenix FM. To find out the factors influencing the radio creative process of Phoenix radio Fm and radio D'Oz Bali Fm, and to know the value of the second radio. To know this research using qualitative approach method, where the researchers, interviews, and documentation to get maximum results.

The researchers found the results where the creative process done by Phoenix Fm radio in the broadcast of "Fruit tea is Indonesia" in the pre-production stage of the idea decided jointly by Program Director and State Manager then continued by scriptwriter division. In D'Oz after the answer by Program Director, the process of making the manuscript is done by the Producer. The result of the creativity done by Phoenix Fm in creating a program, they use a broadcast in its broadcast and use digital division to provide an alternative to its listeners, for D'Oz Bali Fm has one answer with a different theme every day, and has a landed broadcast . In this study also found creativity and inhibiting factors of the Phoenix radio creative process in the broadcast of "The fruit of this tea Indonesia" pride in sponsorship, and the inhibiting factors

they have Phoenix radio in the idea they have for content. D'Oz Bali Fm in the broadcast "Sore Santai" has the factors supporting its creativity through the concept of "learn while working" and the obstacle factor owned by D'Oz ADA radio is still in technical letters.

Keywords: Radio, Process Creative, Creativity, Factor Proccess Creativity

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Seiring perkembangan dan pola kehidupan bermasyarakat di Indonesia, informasi menjadi salah satu penunjang perkembangan tersebut. Luasnya informasi yang bersifat tak terbatas menyebabkan penyebarannya berlangsung cepat. Namun tidak sedikit, informasi memiliki sifat kebenaran absolut. Oleh karena itu masyarakat haruslah dapat memahami segi informasi yang diterima. Penyebaran informasi melalui media yang masih eksis saat ini tidak hanya media cetak tetapi media elektronik. Tentu dalam penyebaran informasi sekarang ini tidak seperti dulu yang bersifat kaku. Di mana masyarakat sekarang lebih menonjolkan kenikmatan dalam menerima informasi dengan dicampurkannya kreatifitas dalam proses penyampaian informasi. Sehingga proses kreatif menjadi peran unggul bagi media penyalur informasi.

Kreatif sendiri memiliki arti yang jamak, karena proses kreatif hampir bercampur dengan aspek ilmu pengetahuan lainnya. Proses kreatif tidak memiliki batasan-batasan sehingga hasil dari proses kreatif akan mempengaruhi apakah produk/kemasan tersebut diterima oleh masyarakat luas atau tidak. Proses berfikir kreatif menjadikan diri

seseorang akan menghargai dirinya di mana upaya ini meliputi kedisiplinan, akan waktu dan tingkah, ketekunan, selalu memerhatikan hal dengan detail, melibatkan aktifitas mental, berani bertanya dan menerima saran-saran, serta mengkaitkan satu dengan yang lainnya dengan imaginasi secara bebas dan terbuka (Jonshon, 2002:100). Oleh karena itu agar pemikiran kreatif yang dituangkan ke produk dapat diterima masyarakat, perlunya sebuah perusahaan membentuk tim yang akan melakukan kajian dan keputusan bermusyawarah(rapat) untuk mengambil keputusan apakah ide kreatif dari pekerja tersebut diterima atau tidak. Menurut Renald Kasali bahwa dalam dunia usaha orang kreatif dapat juga disebutkan pekerja kreatif yang merupakan para professional dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan kreatif (Kertamukti, 2015: 2). Pekerja kreatif dintuntut untuk selalu melakukan inovasi akan suatu hal yang berhubungan dengan pekerjaan.

Radio merupakan medium komunikasi untuk memyampaikan pesan oleh pengirim ke penerima. Di mana radio merupakan penyampai informasi dengan menggunakan audio yang dilakukan oleh penyiar ke *audiens*. Kehadiran radio di Indonesia sendiri terbilang sangat lama, dari masa penjajahan hingga sekarang. Penggunaanya sendiri tidak di batasi dengan umur, siapapun, dan kapanpun kita bisa menggunakan radio. Radio merupakan media penyalur informasi yang lebih ringan diterima oleh masyarakat karena bersifat audio. Romli (2004) menyatakan bahwa media radio memiliki (1) kemampuan untuk menstimulasi imajinasi dan kebebasannya dalam memberikan informasi dengan berbagai bentuk sajian dramatisasi, (2) diskusi dan (3) ceramah atau dialog. Munculnya radio yang menjadi media massa memiliki kewajiban dalam membentuk masyarakat yang terinformasi tentang lingkungan sosialnya. Hal ini lah yang mengharuskan pihak stasiun radio sebagai institusi masyarakat harus seimbang, walaupun radio merupakan medium dalam mempengaruhi pendengar terhadap sesuatu yang bersifat komersil dan media hiburan tetapi tetap saja radio memiliki kewajiban sebagai penyampai informasi bagi masyarakat.

Dalam sebuah radio tentu memiliki format-format program yang menjadikan landasan sebuah siaran akan diterima masyarakat sesuai dengan target radio. Dalam siaran radio, radio memiliki format-format program yang terdiri dari program tunggal

dan campuran. Format program tunggal merupakan merupakan program siaran yang berisikan muatan pesan tersusun dan dikemas untuk ditujukan kepada khalayak. Program siaran tunggal memiliki formula, bentuk dan syarat-syarat tertentu. Program radio siaran tunggal memiliki produser dan presenter sendiri yang di mana program itu sendiri merupakan program lepas atau berdiri sendiri. Beberapa format program tunggal ialah : Program wicara/ Talkshow, program hiburan musik, dan program seni tradisi, dan program hiburan sandiwara radio. (Wibowo, 2012: 59, 81, 85, 89) Berbeda dengan format program gabungan di mana format program ini merupakan perkembangan dari format program dikarenakan persaingan radio dengan sarana-sarana informasi lainnya. Tuntutan dari pendengar merupakan salah satu faktor akan bentuk dari format program siaran yang di mana, terjadi sebuah kejenuhan akan siaran yang bersifat formal dan monoton dari program berformat tunggal. Sehingga formula format program gabungan menjadi solusi akan keefisiensi sebuah siaran. Format program siaran gabungan tersebut tidak hanya membuat siaran yang mencakup satu program tetapi mengikat program-program lainnya menjadi satu kesatuan program. Presenter juga dapat berkembang dalam kemampuannya di intertein dengan memikat pendengar melalui humor yang menghibur, dan pilihan lagu yang memikat pendengar. Pada dasarnya radio siaran dapat menentukan format dasar untuk program gabungan dengan karakter yang berbeda. Format yang dapat digunakan adalah format hiburan, format informasi/berita, dan format pendidikan. Beberapa format siaran tersebut dapat mengikuti segmentasi pendengar contohnya, segmentasi yang dipilih ialah remaja umur 15-25, SMP-Mahasiswa-Pekerja. Maka yang dipilih adalah musik hiburan yang cukup dikenal oleh segmentasi tersebut dibalut dengan informasi idola dan pendidikan dengan cara penyampaian anak muda. Dalam pembentukan siaran radio tentu tidak hanya semata-mata memutar musik dan membaca berita saja. Tetapi ada pihak-pihak yang bermain di dalamnya, pihak-pihak inilah yang biasa kita sebut tim kreatif radio yang bertugas mengolah, mengatur, meninjau, hingga menentukan isi dan pengisi suara di sebuah program untuk kesuan sebuah program.

Dapat dilihat bahwa perkembangan radio di Bali memiliki perkembangan yang baik karena dari jumlah radio yang mengudara terbilang cukup banyak untuk satu provinsi. Hal ini tercantum dalam data BAPENNAS (Badan Perencanaan Pembangunan

Nasional), jumlah data yang di himpun sekitar 20. Peneliti juga menggunakan data dari media online yang mendata ada sekitar 67 radio stasiun yang mengudara di Bali. Beberapa radio belum termasuk dalam data ini, seperti stasiun Penguin FM, Suara Mitragama, dsb. (.http://1-mei.mhthamrin.web.id/en1/2549-2444/Daftar-stasiun-radio-di-Bali_62573_1-mei-mhthamrin.html, akses 7 November 2016). Di mana pendengar lebih tertarik akan radio lokal karena radio lokal lebih memuat konten lokal. Seperti yang dikatakan oleh Yohanes Yudistira Direktur Utama PT. Radio Bali Perkasa yaitu “Kami sadar kekuatan radio adalah siaran muatan lokal, saya sudah keliling Indonesia dan melihat bisnis radio akan sukses kalau siarannya lebih banyak muatan lokal” (<http://www.kpid-baliprov.go.id/index.php/baca-berita/4505/Muatan-Lokal-adalah-Kekuatan-Bisnis-Radio>, akses 20 November 2016). Dalam hal ini kreatifitas penyampaian dan pendapatan data untuk di siarkan saat onair menjadi hal yang penting.

Peneliti mengambil stasiun radio D’Oz radio Bali FM siaran “Sore Santai” dan Phoenix FM radio FM pada siaran “*Fruit Tea* Ini Indonesia”. Di mana radio D’Oz radio bali FM merupakan radio yang berdiri pada tahun 2005 di Bali dan memiliki frekuensi 101,2, yang beralamat di kompleks pertokoan sunset indah II-B Block 5Jl. Sunset Road, Kuta - BALI 80361. D’Oz radio bali memanggil *audience* dengan sebutan “Ozers”. Sasaran yang dituju 50% perempuan dan 50% laki-laki, usia dari 15-35thn. Pekerjaan (siswa/i, mahasiswa/i, karyawan, wiraswata, dan ibu rumah tangga). Area yang dijangkau Badung/ Kuta/Nusa Dua, Gianyar/ Ubud, Bangli/Kintamani, Klungkung, Amlapura, Tabanan. Dan Golongan darah C hingga A+ Siaran “Sore santai” merupakan siaran yang tayang pada jam 16.00-19.00. Merupakan siaran premiere untuk menemani jam istirahat sore yang berisikan insert-insert. Di mana penyiar mampu memberikan informasi-informasi yang berguna. Tidak hanya itu penyiar juga harus mampu berimprovisasi bahasa untuk mengatur ridme dan tempo suara untuk mengirimkan pesan ke pendengar.(www.ozradiobali.co.id, akses tanggal 20 November 2017)

Phoenix radio FM merupakan radio Bali yang berdiri pada tahun 2002 dan memiliki frekuensi 91.0 FM. Terletak di Jl. Ciung Wanara Renon Denpasar – Bali. Phoenix FM memanggil *audience* dengan sebutan phoeners. Target sasaran Phoenix FM adalah 50% pelajar, 30% mahasiswa, 15% karyawan, 5% lain-lain. Dari usia 14-25 tahun

(target primer), 26-35 (target sekunder). Golongan darah B+ hingga A, karakter pendengar (smart, kreatif, innovative. Pekerjaan (Student, College & Daily Worker. Siaran “*Fruity Tea* Ini Indonesia” merupakan siaran yang tayang pada jam 15.00-18.00 WITA. (<http://www.phoenixradiobali.com/aboutus.php>, akses tanggal 20 November 2017)

Alasan memilih kedua radio tersebut di karena kedua radio tersebut merupakan radio berjaringan di mana radio tersebut merupakan radio yang memiliki stasiun induk yang bertugas sebagai stasiun utama, lalu memiliki radio lain di wilayah-wilayah lainnya. Radio Phoenix FM merupakan salah satu stasiun radio yang terdiri dari 5 perusahaan stasiun radio di mana dinaungi oleh 1 manajemen. Sedangkan untuk radio D’Oz Bali FM merupakan stasiun radio yang memiliki berdiri di berbagai wilayah, seperti Bandung, Aceh, dan Bali sendiri. Alasan lain memilih kedua radio tersebut dikarena mereka memiliki target pendengar yang sama, dan mereka memiliki konten yang aman untuk dikonsumsi oleh pendengar dari segala umur. Alasan dalam memilih siaran “*fruit Tea* ini Indonesia” dan “*Sore Santai*” di karenakan siaran tersebut memiliki insert insert yang beragam dalam siarannya. Dan siaran tersebut merupakan jam primetime kedua dari radio tersebut di mana aktifitas di sore hari lebih banyak dilakukan di jalan. Siaran dari kedua radio tersebut juga bertujuan untuk menysasar kaula muda di mana ketika itu merupakan fase yang menentukan karakter dari diri si pendengar.

Penelitian ini mengambil pembahasan mengenai proses kreatif radio di mana karena radio terbukti mampu berdiri hingga jaman ini. Walaupun radio memiliki kekurangan di bidang visual, namun radio mampu menggunakan dan memaksimalkan potensinya sebagai media sarana informasi dan edukasi. Kekuatan dari audio yang mampu memanipulasi suara menjadi bentuk pemikiran visual membuat para masyarakat tetap memakai media ini sebagai fasilitator untuk mendapatkan sebuah informasi yang berisikan berbagai data-data yang disiarkan. Seperti di pulau Bali saat ini banyak dari perusahaan-perusahaan menggunakan radio untuk menjadi media penyalur informasi. Setiap saat hamper seluruh masyarakat Bali menggunakan radio, ketika saat diperjalanan, di rumah, di warung. Penelitian ini menjelaskan secara tertulis melalui pendekatan eksplanatif kepada radio D’Oz bali FM dan Phoenix FM untuk menggali informasi mengenai cara mengolah sebuah siaran radio kreatif yang banyak diminati

oleh masyarakat khususnya remaja. Sebuah perusahaan tentu memiliki masa-masa kesulitan ketika terjadi problematika yang dialami, oleh karena itu peneliti juga mengangkat sebuah permasalahan mengenai cara menyelesaikan problematika yang dialami oleh kedua perusahaan radio tersebut.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti menjadikan dasar perumusan masalah dalam penelitian adalah

1. Bagaiman proses kreatif program radio berjaringan dalam program siaran “*Fruity Tea* ini Indonesia” dalam stasiun radio Phoenix FM dan “Sore Santai” dalam stasiun radio D’Oz radio BaliFM ?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi proses kreatif dari Phoenix FM dan D’Oz Bali FM?
3. Bagaimana perbedaan dari radio Phoenix radio FM dan D’Oz Bali FM?

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih dalam proses kreatif dalam siaran Sore Santai radio lokal D’Oz radio Bali FM dan “Fruity Tea Ini Indonesia” Phoenix FM. Untuk mengetahui factor-faktor yang mempengaruhi proses kreatif radio Phoenix FM radio FM dan radio D’Oz Bali FM ,dan mengetahui perbedaan dari kedua radio tersebut. Serta mengetahui problem dan penyelesaian masalah yang dialami oleh proses kreatif di siaran Sore Santai pada radio D’Oz radio Bali FM dan “Fruity Tea Ini Indonesia” pada radio Phoenix FM. Menjadikan radio menjadi acuan untuk perkembangan proses kreatif siaran radio agar lebih baik lagi kedepan khususnya radio lokal. Kita tahu bahwa siaran menjadi penentu akan kesuksesan dari radio, di mana perkembangan radio di Bali telah berkembang pesat di Bali.

D. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat dalam penelitian ini dibagi menjadi manfaat akademik dan manfaat praktis.

Manfaat akademisnya adalah

1. Mampu mengetahui proses kreatif dari sebuah perusahaan radio
2. Dapat memberikan pengetahuan yang jelas tentang problematika dan solusi yang dialami perusahaan radio Phoenix FM dan D'Oz radio Bali FM .

Manfaat Praktisnya adalah

1. Perusahaan : Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan radio D'Oz radio Bali FM dan Phoenix FM.
2. Masyarakat : Penelitian ini dapat membuat masyarakat mengetahui sebuah proses kreatif dari radio yang mereka dengarkan.

E. TINJAUAN PUSTAKA

1. PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Walaupun beberapa tidak terlalu sama karena penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang memiliki banyak cara untuk memandang sebuah penelitian dari objek-objek tertentu. Penelitian yang diambil dapat menjadi rujukan, dan pelengkap penelitian ini agar penelitian ini lebih memadai. Berikut penelitian terdahulu yang akan peneliti sebutkan :

- a. Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fachir Yusuf , di mana ia merupakan seorang yang mengambil pendidikan S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Mulawarman. "*Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda*". Penelitian ini menjelaskan tentang proses produksi siaran berita yang ada dalam radio Metro Mulawarman Samarinda, dan mengetahui proses pembuatan produk siaran. Dalam penelitian ini juga peneliti memakai tiga informan untuk menggali data, serta menggunakan teknik purposive sampling. Di penelitian ini dapat ditemukan bahwa produksi siaran berita Metro Mulawarman memiliki tahapan yang sesuai dengan setandar SOP dalam proses produksi. Di mana setandar SOP tersebut dibagi menjadi pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Dalam pra produksi dibagi menjadi : (1)

Penuangan ide, (2) Membuat Skrip, (3) Pertemuan produksi, (4) brainstorming, (5) perencanaan yang mendukung produksi. Dalam tahap produksi di mana segala tahapan yang dipersiapkan dalam pra produksi direalisasikan kepada pendengar, dan pasca produksi merupakan tahap akhir dari produksi setelah penyiaran dinyatakan selesai.

- b. Penelitian Selanjutnya merupakan jurnal yang dibuat oleh Nazia Rosalia yang *“Faktor-faktor Penting Daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Radio Di Kota Semarang”*. Jurnal ini merupakan jurnal yang berasal dari departemen Universitas Padjadjaran dan merupakan jurnal interaksi bervolume 1, no 1 tahun 2012. Dalam Penelitian ini menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah kepercayaan dari pendengar menuju kepuasan saat mendengarkan radio di daerah Semarang. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa dalam radio di wilayah Semarang memiliki faktor penunjang utama, yaitu Kualitas Pemancar radio, musik, Program, dan games. Di mana (1) Kualitas sebuah pemancar yang baik dan dapat menjangkau wilayah Semarang menjadi keunggulan agar dalam penyampaian pesan tidak terputus, (2) Ketelitian dalam memilih lagu yang diputarkan menjadi point kedua Karena itu seorang penyiar radio perlu untuk mengupdate diri akan informasi musik terkini. (3) Dalam pemilihan program siaran yang berisikan informasi-informasi dan musik tidak luput dari games dapat mempengaruhi minat dari pendengar radio.
- c. Penelitian selanjutnya merupakan e jurnal yang dibuat oleh Mega Sukma (penulis), Dian Sinaga (Pembimbing utama), Nuning Kurniasari (Pembimbing pendamping) dari Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Volume 2 No. 2 (2013) yang berjudul *“ Program Menu Sport Radio 107,9 FM Sebagai Media penyebaran Informasi Olahraga di Jatinangor Kabupaten Sumedang”*. Penelitian ini menjelaskan mengenai proses pengambilan data yang dilakukan oleh radio Sport 107,9 FM dan menentukan topik yang di siarkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Dalam radio ini memerlukan Program Manager untuk memutuskan informasi yang ingin disiarkan dapat disiarkan atau

tidak. Program Manager melakukan pengawasan, pemilihan penyiar, serta melakukan tray out sebelum *on air* bertujuan dengan visi misi radio. *Scriptwriter* menggali informasi yang disiarkan melalui internet lalu meneliti dan melakukan tahap-tahap penyeleksian hingga pembentukan naskah. Penyiaran menggunakan intonasi yang baik serta dibantu oleh operator dalam proses *on air*.

- d. Penelitian selanjutnya merupakan penelitian yang dilakukan oleh Sista Mauli Wulandari, yang berjudul “Peran Tim Kreatif Dalam Pengemasan Program Wayang 975 di Motion Radio”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan menggunakan metode wawancara. Hasil yang di dapat dari penelitian ini adalah tim kreatif program Wayang 975 tidak menggunakan pihak luar untuk membentuk program siaran. Jabatan di dalam tim kreatif sendiri mengikuti jabatan yang ada di stasiun Motion Radio. Tim kreatif dari Wayang 975 sendiri terdiri dari *Program Director*, *Ass. Program Director*, *Scriptwriter*, dan *Production*.

Scriptwriter dalam program Wayang 975 memiliki peran yang penting di mana peran ini bertujuan membuat sebuah cerita mengenai budaya tentang wayang yang sering kali wayang dalam anggapan masyarakat sekarang memiliki bentuk yang kaku. Oleh karena itu tugas *scriptwriter* di program ini harus bisa menghubungkan benang merah kisah asli wayang dengan keadaan yang modern ini dan menggunakan unsur komedi. *Program Director* dari Wayang 975 bertanggung jawab dalam mengontrol dan memantau proses dan hasil akhir dari segala bentuk suara yang disiarkan oleh Motion Radio. *Production* dalam program ini merupakan pihak yang bertanggung jawab dalam perekaman suara dan mixing, tetapi orang *Production* juga tidak jarang ikut dalam tahapan pra produksi.

Keuntungan dari program ini adalah konsep dengan pengemasannya sendiri. Pada awal pembuatannya radio lain belum ada yang membuat sandiwara radio seperti ini, sehingga peluang yang tersedia di pasar sangat tinggi. Ancaman dari pihak lain juga tidak mengganggu Program Wayang 975 karena keyakinan pihak radio terhadap isi, pengemasan, dan gaya yang tidak ada yang menyaingi. Kelemahan dari siaran ini terdapat dari tim kreatifnya sendiri, di mana pada awal

pembuatan program ini mereka tidak memiliki pengetahuan dan pemahaman yang banyak mengenai wayang. Tetapi kelemahan tersebut langsung ditutupi melalui proses pencarian informasi mengenai wayang ke para ahli di bidangnya. Tidak hanya dari segi materi, tetapi dari segi teknik-pun pihak tim kreatif mengalami seperti pengisi suara dan *sound effect* dari program radio sering kali tidak sesuai keinginan dan banyak menyita waktu.

2. KERANGKA PEMIKIRAN

a. Radio

Radio yang merupakan media penyampaian pesan yang terbilang lama di Indonesia karena radio pertama kali ada saat itu Indonesia masih bersetatus Hindia Belanda. Radio siaran didirikan pada tanggal 16 Juni 1925 berada di wilayah Jakarta dan bernama Bataviase Radio Verenige atau lebih di kenal BRV sebagai radio swasta. Radio ini menjadi bukti dan semangat tumbuhnya radio lain dan akhirnya pada tanggal 1 April 1933 radio pertama anak bangsa Indonesia yang bernama SRV dibentuk. Perubahan radio terjadi ketika Jepang mengambil alih Indonesia dari Belanda membuat radio Indonesia swasta disegel dan tidak diberikan untuk beroperasi, yang beroperasi hanya 8 Hosokyo yang merupakan anak cabang dari Hosokyo Kenri Kyoku yang pada masa itu disebut Pusat Jawatan Radio. Radio saat itu menjadi media yang sangat membantu rakyat Indonesia karena peranan stasiun radio lah yang membuat rakyat Indonesia dapat mendengar kemerdekaan dan bersatu melawan penjajah. (Triartanto, 2001:134) Hingga kini eksistensi radio masih ada untuk menjadi media hiburan dan penyampaian pesan yang sering di gunakan oleh masyarakat Indonesia. Di mana hal ini seperti yang di ungkapkan oleh Elvinaro (2007:137) bahwa radio siaran saat ini masih mampu untuk mengatasi persaingan keras yang dari beberapa media lainnya seperti Bioskop, rekaman kaset, televisi, televisi kabel, elektronik games, dan personal kaset.

Radio menggunakan media periklanan sebagai pondasi untuk mendapatkan pundi-pundi keuntungan. Dalam hal ini semakin banyaknya perkembangan radio swasta di Indonesia yang mencari sasaran untuk mendapatkan profit. Menurut data

PRSSNI (Persatuan Radio Swasta Nasional Indonesia) radio pada tahun 2003 memiliki jumlah sekitar 806 stasiun radio yang tersebar di Indonesia (Prayudha, 2005: 07). Hingga kini perkembangan radio terus bertambah di mana kita dapat lihat bahwa setiap orang memiliki radionya sendiri di dalam genggam tangan mereka (*Smartphone*). Jumlah stasiun radio hingga kini mencapai ratusan lebih, contohnya saja di Bali jumlah radio sekitar 67 stasiun menurut data terkini dari Bapennas dan situs (http://1-mei.mhthamrin.web.id/en1/2549-2444/Daftar-stasiun-radio-di-Bali_62573_1-mei-mhthamrin.html akses 7 November 2016).

Radio merupakan penyampaian komunikasi yang dilakukan oleh seorang pengirim (penyiar) yang memiliki pesan dan tersampaikan ke telinga audiens melalui alat transmitter dan radio *device*. Dalam penyampaian radio tidak semata-mata hanya menyampaikan pesan seperti berkomunikasi pada umumnya karena komunikasi radio hanya melalui audio saja tanpa tau bentuk muka atau raut muka. Mendapatkan audiens radio perlu adanya pesan yang dibuat melalui tahapan tersusun dan terorganisir dari bentuk musik, penyiar dan bentuk acara siaran. Seperti halnya ketika radio A memiliki sorang penyiar yang memiliki suara nyaring di mana lebih cocok untuk hiburan yang bersifat santai atau berenergi pada jam sore tetapi radio tersebut menaruh penyiar tersebut di malam hari yang merupakan jam istirahat maka akan memperburuk bentuk siaran tersebut. audiens yang mendengar bawaan dari penyiar tentu kurang suka mendengar dia siaran dan membuat radio kehilangan target pasar. Maka dari itu tentu dalam menyampaikan pesan radio memerlukan intuisi, pelatihan, serta keteraturan dari penyiar radio (Triartanto,2010:31). Keunikan dari Radio adalah karakteristiknya yang bersifat audio tanpa visual. Karakteristik ini memiliki kekuatan yang membuat para audiens menambah daya imajinasi dari kata-kata yang dimainkan oleh para penyiar. tentu dalam radio pun memiliki kelemahan di mana radio masih kalah jumlah pengguna dibandingkan media lain seperti televisi dan media online karena keterbatasan radio

Dalam dunia radio komunikasi menjadi tombak penyampaian pesan yang paling utama dan satu-satunya. Hal ini berbeda dari media lainnya seperti televisi, surat kabar, atau media online. Karena radio hanya menggunakan media audio dalam

penyampaian pesan. Komunikasi sendiri memiliki banyak pengertian dari berbagai kalangan seperti yang di jelaskan dalam buku Dedy Mulyana yang berjudul Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar menjelaskan bahwa Fank Dance dan Carl Larson pada tahun 1976 telah mengumpulkan 126 definisi komunikasi (Mulyana,2005: 54). Dalam penyampaian komunikasi radio sering terjadi *noise* di mana hambatan terjadi karena adanya : 1. Ketika penyiar tidak menyebutkan kata dengan jelas atau sambil tertawa, 2. Satelite radio memiliki gangguan sehingga penyampaian pesan terpotong-potong, 3. Keselarasan penyiar dengan pendengar tidak nyambung atau bahasa tidak dimengerti. Dalam penyiaran radio dari jaman sebelum orde lama hingga orde baru memiliki perubahan di mana penggunaan bahasa pada waktu orde lama lebih formal. Seiring perkembangnya zaman membuat pola bahasa komunika radio berubah menjadi tercampur dengan bahasa non-formal dan asing.

Dalam Buku Media Penyiaran (Morisson, 2005: 75, 77) Undang-undang Penyiaran Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran dalam 4 jenis, di mana 2 jenis dari siaran tidak mengambil keuntungan dan non komersial, yaitu :

1. Stasiun Penyiaran Publik, merupakan Stasiun Penyiaran yang berbentuk badan hukum Indonesia dan didirikan oleh Indonesia untuk kepentingan masyarakat Indonesia. Stasiun ini memiliki sifat yang independen, netral dan berfungsi untuk memberikan informasi ke masyarakat. Stasiun Penyiaran ini terdiri dari bentuk radio yaitu RRI dan bentuk televisi yaitu TVRI.
2. Stasiun Penyiaran Komunitas merupakan Stasiun Penyiaran Non Profit yang wajib berbentuk hukum dan memiliki sifat independen dan tidak ada unsur komersial hanya sebatas kepentingan komunitas. Stasiun penyiaran ini memiliki jangkauan yang tidak luas dan terbatas.

Selain kedua jenis penyiaran diatas yang merupakan jenis penyiaran non profit, ada 2 jenis stasiun yang mencari profit dan keuntungan, yaitu :

1. Stasiun Penyiaran Berlangganan, Stasiun Penyiaran berlangganan harus berbentuk badan hukum Indonesia yang memiliki keuntungan dengan menyalurkan informasi kepada para pengguna media yang berlangganan. Stasiun berlangganan ini memiliki jenis yang berbeda-beda, ada yang melalui satelit, kabel, dan melalui permukaan tanah/tanah.
2. Stasiun Penyiaran Swasta, Stasiun Penyiaran Swasta merupakan bentuk badan hukum Indonesia dan bersifat komersial. Sumber pendapatan dari Stasiun Penyiaran Swasta didapat melalui iklan dan usaha lain yang sah dan tetap dalam ranah penyelenggaraan siaran.

b. Program Radio

Perkembangan radio di era informasi sekarang ini cukup tinggi karena jumlah pemilik stasiun dan pendengar radio semakin bertambah. Karena Jumlah yang terus bertambah maka Sebuah radio harus memiliki sebuah program siaran yang memiliki daya jual yang tinggi dan mampu bersaing dengan para pemilik perusahaan lainnya. Hal mudah mengetahui suksesnya sebuah program ketika kebutuhan masyarakat dan keinginan mendengarkan program tersebut dapat terlaksana sehingga memiliki pasarnya sendiri. Kebutuhan audiens menjadi target keuntungan stasiun radio sehingga hal ini berpengaruh dengan terbentuknya format siaran yang stasiun radio harus pilih.

Format dari sebuah radio menjadi patokan untuk pembentukan program yang akan disiarkan kepada audiens yang sudah tersegmentasi. Bentuk dari format siaran dalam pandangan radio berupa “apa”, untuk “siapa” dan “bagaimana” proses penyampaian program tersalurkan ke para audiens (Morisson, 2005: 109). Penentuan format program siaran bertujuan untuk memenuhi target khalayak secara jelas dan untuk mempersiapkan program siaran yang akan bersaing dengan kompetitor. Format radio itu sendiri antara lain dilihat dari umur, gendre, profesi, wilayah, dll. Adanya penentuan format radio akan membantu memudahkan program untuk memilih musik, isi siaran, dan latar belakang. Menurut Pringle-Starr-McCavitt(1991) dalam buku Media penyiaran (Morisson, 2005: 111) menyatakan bahwa format Stasiun Radio dapat dikelompokkan secara garis besar yaitu:

1. Format Musik yang disajikan ini merupakan format yang paling umum dan banyak digunakan oleh penyiar radio. jenis format ini berisikan musik yang mengikuti perkembangan jaman di mana dengan tidak meninggalkan musik-musik sebelumnya karena pengaruh dari segmentasi dan keinginan masyarakat.
2. Format Informasi yang menjadi bagian dari faktor perkembangannya radio dengan memberikan informasi-informasi yang terkini. Format informasi ini dibagi menjadi *news* dan perbincangan singkat. Dalam peroses perbincangan singkat perlunya kemampuan dari penyiar untuk menarik perhatian pendengar. Penyiar yang asik dan jelas dalam pelafalan katan menjadi nilai positif bagi program siaran yang menggunakan format ini.

3. Format Khusus yang merupakan format penyiaran radio yang bepusat kepada agama dan etnik. Di mana dalam penyiarannya yang memiliki muatan bersifat mengingatkan pendengarnya akan suatu atau ajarannya.

Di-Indonesia perlunya memiliki format siaran dikarenakan masyarakat Indonesia banyak yang mendengarkan radio dari anak-anak hingga orang tua. Oleh karena itu stasiun diharuskan memiliki pembatasan jam tayang dan format yang di berikan kepada program siaran agar tidak salah sasaran. Hal ini juga telah tercantumkan dalam pasal 33 ayat (2), Undang-undang No 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran.

Stasiun radio dalam menentukan sebuah program radio dan memproduksinya tidak memerlukan pihak luar, dikarenakan dalam memproses sebuah program siaran tidak susah dibandingkan dengan membuat program televisi. Siaran radio pada umumnya terdiri dari format musik, informasi dan khusus. Tetapi untuk sebuah program format ini dibongkar menjadi dalam memilih program siaran. Program Radio biasa ditujukan dalam bentuk berita yang aktual dan non aktual (siaran tunda). Siaran berita radio merujuk dalam kebutuhan informasi yang diinginkan oleh banyaknya pengguna di wilayah dari hasil riset.

Dalam program infotainment berisikan informasi-informasi dari dunia hiburan dengan berisikan lagu. Siaran infotainment juga penyampaian pesan berupa promosi dan beberapa jenis perbincangan yang berisikan informasi terkini. Perbincangan radio berisikan siaran yang mengundang narasumber dalam siarannya. Beberapa jenis siaran perbincangan radio menurut Masduki adalah; 1) *one-on-one-show*, di mana pembawa acaranya dan narasumbernya duduk dengan dua posisi mikrofon dipisah dalam satu ruang yang sama. 2) *Pannel Discussion*, di mana host sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber. 3) *Call in Show*, yaitu host melakukan perbincangan dengan seseorang melalui telepon dengan topik yang udah ditentukan. (Morisson, 2005: 283)

Jinggle Radio atau promo siaran radio merupakan musik yang dikolaborasikan dengan kata untuk menjelaskan keberadaan dari sebuah stasiun radio. program siaran ini memiliki tujuan untuk memperkenalkan sebuah radio ke masyarakat dalam segi segmentasi, identitas dan bertujuan untuk membentuk sastra dari radio tersebut. *Jinggle* radio memiliki fungsi sebagai sebuah sarana untuk menhipnosis pendengar agar selalu mengingat radio tersebut atau *jinggle* tersebut. Menurut Morisson (2005: 285) menyatakan ada tiga jenis jinggle radio, yaitu *radio expose* (Radio *jinggle*),

programme expose (program*jingle*), *announcer radio* (*jingle* penyiar). Dalam sebuah *Jingle* biasa berdurasi 5-15 detik setiap acara mulai dan acara siaran berakhir tergantung dari setiap stasiun radio.

Pemasaran juga dilakukan oleh para penyiar radio dalam setiap siaran program mereka masing-masing. Pemasaran yang merupakan bentuk dari komunikasi memiliki arti penyampaian pesan yang memusatkan pada fungsi penyampaian informasi dan upaya untuk mempengaruhi dan membujuk pendengar untuk tetap setia menggunakan atau mengkonsumsi produk.(Widyatama, 2009: 26) oleh karena pemasaran yang terus menerus dilakukan oleh penyiar radio akan lebih sering dan lebih dekat dengan para pendengarnya. Tipe-tipe dari pemasaran setiap radio terbilang unik, karena pemasaran mereka dengan kata-kata sehingga membuat mereka memiliki ciri khas masing-masing dari setiap program, dan stasiun radio.

Banyak perusahaan yang melakukan proses periklanan melalui radio dikarenakan siaran radioa dapat tersampaikan ke wilayah-wilayah yang dituju oleh pihak pengiklan. Radio dalam sistem periklanannya memiliki jenis format masing-masing sehingga memudahkan para pengiklan untuk menyiarkan iklannya. Menurut Triartanto (2010: 173) Pengiklanan dalam radio biasa dibentuk dalam 2 jenis, yaitu iklan yang berupa rekaman dan iklan yang dibawa oleh pembicara langsung saat *on air*. Kehebatan dari sebuah penyiar yang memiliki keahlian dapat membuat audiens merasa yakin akan pengiklanan tersebut. Dalam pembuatannya pihak radio dan bagian marketing perusahaan harus memiliki kedekatan untuk mendapatkan hasil iklan yang baik karena segala bentuk iklan juga perlu melewati pengecekan kelayakan iklan.

c. Proses Kreatif dalam Radio

Dalam menggapai sesuatu yang dituju seseorang harus memiliki cara masing-masing untuk mendapatkan hasilnya, cara masing-masing itu itu disebut strategi. Dalam sebuah perusahaan yang dibangun memiliki sebuah tujuan di mana hal ini dibagi dalam dua jenis yaitu sebuah tujuan utama (Primary Goal) dan tujuan yang kedua (Secondary goal).Produksi merupakan langkah yang dilakukan untuk mendapatkan hasil dengan melalui tahapan. Membentuk sebuah industri yang melibatkan kreatif tidak lepas dari sebuah manajemen, menejemen yang baik akan

membuat industri tersebut baik begitu pula sebaliknya. Membangun industri dalam bidang penyiaran perlu dilihat dari proses pemanajemennya. Karena manajemen itu sendiri juga merupakan sebuah kreatifitas yang mengatur seseorang untuk mendapatkan atau menggapai apa yang ada di pikiran orang yang *me-manage*. Manajemen yang baik dapat menciptakan para pekerja yang kreatif. Menukar pikiran merupakan cara yang dapat membuat seseorang menemukan hal-hal baru dan kreatif. Menurut Keith Jacson dan Phil Charley dan Tom Hagan dalam terjemahan Rama Slamet (1997: 128), bahwa membatasi semua dan memberikan waktu bagi diri sendiri untuk berpikir kreatif dalam operasi organisasi. Dapat membuat seorang manajer menemukan rencana dan merumuskan serta memperbaiki jalannya organisasi.

Kreatif pada dasarnya mengingat tantangannya, dan apa yang selanjutnya dilakukan untuk menciptakan sesuatu yang belum pernah diciptakan oleh orang lain. Ketika menggunakan sebuah strategi yang baru untuk sebuah masalah dan itu berfungsi, maka kita menggunakan kreatifitas (Clark: *Chapter 1*). Kreatifitas itu sesuatu yang unik yang telah melekat di dna kita, ketika kita dari anak-anak dan berkembang menjadi dewasa, kita diwajibkan untuk mengambil *study* dari SD, SMP, SMA, dan kuliah. Dalam peroses pembentukan kedewasaan kita tidak terlepas dari stres akibat permasalahan-permasalahan yang terjadi, sehingga kita berpikir untuk menyelesaikan semua permasalahan yang datang. Hal inilah yang membuktikan kita bahwa berpikir dengan membakar semua ide-ide yang ada otak untuk dapat menyelesaikan permasalahan dapat dikatakan kreatif. Dalam proses kreatif perlu adanya pengalaman dan cara berpikir yang berbeda untuk menciptakan sebuah karya atau projek. Proses kreatif merupakan proses yang abstrak, di mana proses kreatif tidak memiliki batasan-batasan sehingga dapat membahayakan sebuah penentuan dalam pengambilan keputusan dengan resiko yang besar. Oleh karena pemikiran kreatif tentu tidak dilakukan sendiri dan diputuskan sendiri, perlu adanya rapat untuk mengambil pilihan dan keputusan dari penuangan proses kreatif. Berfikir kreatif di mana kita membakar pemikiran dalam sudut tersembunyi mampu membuat kita memiliki perkembangan yang lebih dari orang lain. Proses Kreatif didapat dari beberapa percobaan dan penelitian yang mendalam akan minat dari orang tersebut.

Renald Kasali menyamakan pekerja kreatif dengan orang kreatif yang merupakan para profesional dan bertanggung jawab terhadap pekerjaan kreatif. (Kertamukti, 2015: 2). Pekerja kreatif wajib mampu memiliki cara berpikir dan bertindak berbeda dari orang-orang lainnya. Pekerja kreatif memiliki hal-hal yang tidak dimiliki orang pada umumnya. Beberapa hal yang menandakan bahwa orang kreatif menurut Guilford (Triartanto, 2010: 76):

1. Keluwesan Pemikiran

Dapat mempertimbangkan dan menerima berbagai macam kedekatan pada suatu masalah yang diterima, tidak mengutamakan gagasan sendiri atau dapat dikatakan bijaksana dalam berpikir.

2. Kepekaan Terhadap Masalah

Merupakan keterampilan mengenali bahwa suatu masalah itu terdiri dari masalah lain yang dapat di analisis secara detail untuk menemukan suatu peluang yang dapat menyelesaikan/ mengatasi kesalahpahaman, salah konsep, kekurangan fakta dan hambatan yang ada dalam masalah sebenarnya.

3. Orisinalitas

Kemampuan untuk melampaui gagasan yang ada saat itu, membuat tidak lazim diterima dari segi statistic atau data.

4. Kefasihan akan Gagasan

Kemampuan menghasilkan gagasan-gagasan yang dibalut dengan solusi-solusi dari masalah yang timbul. Artinya ini merupakan penghubungan antara Otak dengan menciptakan sesuatu tetapi tidak hanya dalam pemikiran saja, tentu dalam proses penuangan dari pikiran ke “sesuatu” memiliki segelintir masalah, akan tetapi orang yang memiliki kefasihan gagasan mampu menuntun ide menjadi “sesuatu” dan menghalau masalah yang datang.

Adapun menurut para ahli di mana kreatifitas memiliki tahapan-tahapan yang dilalui untuk membentuk sebuah karya atau hasil yang diinginkan. Menurut Munandar (2012), teori yang paling banyak dikutip ialah teori yang di kemukakan oleh Wallas, di mana tahapan kreatifitas dibagi menjadi 4 tahap. yaitu

1. Tahap persiapan

Tahapan awal ini merupakan tahapan yang dilakukan oleh pemikir kreatif untuk mengeksplorasi, menggali, dan mengamati proses permasalahan yang terjadi

2. Tahap inkubasi

Tahapan kedua ini merupakan tahapan pemikir kreatif mendapatkan hasil dari pengamatan, di mana pada proses ini pemikir kreatif tidak merasa tertekan atau bisa dikatakan berpikir bebas untuk menyelesaikan masalah tersebut

3. Tahap iluminasi

Pada tahap ini pemikir kreatif lebih memahami masalah dengan pemahaman akan ide yang di dapat dari hasil inkubasi

4. Tahap verifikasi

Pada tahap akhir ini pemikir kreatif akan melakukan pengujian mengenai teori yang didapat dari ketiga tahapan tersebut untuk menyelesaikan jalan keluar dari masalah yang dialami.

Dalam sebuah radio memiliki struktur organisasi dan system kerja masing-masing, secara garis besar hal ini dapat di bagi menjadi dua bagian yaitu bagian pengelolaan radio dan bagian penyiaran sebuah program radio. Tidak jarang pekerja di bagian penyiaran diambil dari luar radio karena kemampuan khusus dari orang-orang tersebut. Pekerja kreatif yang mengatur sebuah fungsi radio penyiaran ialah (Wibowo, 2012):

1. *Producer*

Merupakan orang yang memiliki sebuah program, produser yang memiliki tanggung jawab dalam mencari dana, memimpin, dan menggerakkan sebuah program.

2. *Commercial Manager*

Fungsi yang bertujuan untuk fokus mencari dana agar program radio dapat berjalan, dan bertahan. Dana yang di butuhkan dapat datang melalui iklan.

Kebijakan komersial ditentukan oleh *Comercial Manager* dan di bantu oleh *advertisement seeker* pencari iklan.

3. *Program Director*

Memiliki fungsi untuk mengarahkan sebuah program, yang dapat menentukan sebuah siaran, dan dapat memimpin proses dari siaran dibawah naungan produser.

4. *Programer*

Merupakan posisi untuk orang yang memiliki fungsi menciptakan program, tidak hanya membuat program tetapi *programmer* bertugas memantau setiap program untuk mengetahui program mana yang disenai dan program mana yang mulai menurun ratingnya.

5. Bagian Diskotik

Tidak banyak pendengar radio mengetahui bagian ini, bagian ini memiliki peran penting dalam perpustakaan di mana fungsi dalam menataa dan mematerikan semua data di bagian radio seperti musik modern, tradisional, dan lainnya yang berhubungan dengan musik.

6. *Operator*

Pada awalnya tugas operator membantu penyiar dalam memutar musik yang di kehendaki oleh penyiar, tetapi seiring berkembangnya waktu dan teknologi membuat tugas *operator* berubah karena penyiar dapat memutar lagunya sendiri melalui komputer. Fungsi *operator* setelah berkembangnya era digitalisasi ini menjadi orang yang menerima, menseleksi dan menghubungkan telepon dari pendengar ke penyiar.

7. Teknisi

Berfungsi untuk mengatasi permasalahan yang ada di bagian teknis keika on-air mauapun sebelum on-air agar tidak terjadi masalah. Teknisi biasanya dibagi menjadi dua kategori yang pertama, mengatasi bagian alat berat yang menyangkut pemancar, antenna, dan lainnya. Yang kedua, mengatasi gangguan ringan yang menyangkut komputer, mixer, audio, dan lainnya.

Susunan fungsi radio lainnya yang berhubungan dengan kelangsungan penyiaran radio, dan menghubungkan isi pesan informasi radio melalui siaran dapat dikatan katagori yang berbeda. Karena tugas dari penghubung radio memiliki kemampuan tersendiri dan tidak dapat diremehkan. Para penghubung informasi itu menurut Wibowo (2012) ialah:

1. *Reporter*

Merupakan orang yang menyampaikan berita. Berita yang di sampaikan oleh seorang reporter wajib memiliki tanggung jawab keaslian. Reporter biasa membuat sebuah materi berita dan mengumumkan secara langsung dari lokasi kejadian perkara

2. *Penyiar / annoncher*

Merupakan orang yang memiliki peran dalam menyiarkan sebuah materi yang udah utuh atau jadi. Penyiar tidak boleh menambah atau mengurangi kata dari materi yang telah di berikan dalam siaran wicara.

3. *Telangkai*

Telangkai atau biasa yang disebut *anchor* meruapakan penghubung dari acara ke acara lain. Telangkai dalam tugasnya boleh menambnahkan kata atau berkomentar mengenai materi siaran bila ia menguasai materi yang berhubungan.

4. *Presenter*

Dalam Bahasa Indonesia memiliki arti sebagai **pengantar sajian**. Sajian yang dimaksudkan berupa musik, aneka program, feature, magazine, dan kuiz. Sebagai pengantar sajian *presenter* berbeda dengan yang lainnya, karena penyaji boleh untuk memberikan pemanis dalam siarannya. Tidak memiliki keterikatan baku dengan materi yang di sajikan. Penyaji memiliki kewajiban untuk menjadikan dirinya sebagai teman ke pendengar, selagi itu mearik peminat dari pendengar.

Menjadi program radio yang terkenal dan sukses merupakan dambaan dari setiap pemilik program radio, tetapi dalam mencapai kesuksesannya perlu memiliki proses dan tahapan-tahapan yang panjang. Program radio yang sukses selalu diiringi dengan sebuah proses jatuh-bangun. Dalam proses jatuh-bangunnya radio menuju sukses diiringi dengan proses kreatif dalam produksi programnya. Pengamatan kepada saingan program radio atau radio lain, pengamatan jam siaran, pengamatan isi, pengamatan kepada pendengar, dan pengamatan kepada waktu penyiaran menjadi aspek penting untuk mencapai proses kesuksesan. Dalam proses kreatif program radio memiliki proses pembentukan sebuah program. Contoh dengan program radio pagi, tim kreatif radio telah menggunakan kreatifitasnya dengan mengikuti tahapan seperti :

1. Mengamati radio lain di jam yang sama, mengamati isi yang akan di berikan, mangamati calon pendengar
2. Ketika pengamatan selesai, maka tahap selanjutnya berupa pembentukan isi siaran yang dilakukan oleh tim kreatif berupa materi, musik yang di suguhkan, hiburan.
3. Tahapan ketiga dalam proses ini mencari penyiar dan melatih cara menyiarkan sebuah siaran pagi yang cocok untuk didengar. Hasil yang di dapat dari ketiga tahapan ini sebagai berikut, bagan di bawah meruapakan sample yang mengikuti dari buku Fred Wibowo (2012)

Program Siaran Harian:

Pagi	: 07.00-10.00
Judul	: Program Selamat Berbahagia
Audience	: Pendengar yang dituju (ABG, Ibu rumah Tangga, wirastawa, umum)
Tujuan	: Memberikan seputar informasi infotainment, berita, hiburan
Sajian	: Musik pop Indonesia/Barat, informasi

Isi	: Dengan musik dan informasi infotainment, berita dan hiburan akan memberikan informasi lebih mengenai terkini, dan lagu yang terupdate.
Formula	: Program gabungan: musik/lagu-informasi-hiburan, iklan untuk konsumen umum
Durasi	: 3 jam

Diatas merupakan contoh dari proses produksi program radio yang di formulasikan oleh tim kreatif radio dengan berbagai tahapan.

Dalam radio kreatif dapat dilihat dari : 1) kata yang keluar dari penyiar yang memberikan perbedaan dari cara berbicara dengan penyiar lainnya. Penyiar tentu tidak berbicara seperti yang dilakukan dalam siaran formal karena penyiar yang kreatif memiliki kekuatan di mana dia mampu menjadikan dirinya dirasa dekat dengan pendengar. 2) Sound Effect menjadi cara mengukur sebuah kreatif dari radio di mana tempo dalam memadukan musik dan pemilihan latar belakang musik ketika penyiar berbicara menjadi poin penting dalam keselarasan audio sehingga tidak merusak mood dari pendengar. 3) musik yang dipilih dalam penyiaran menjadi salah satu bentuk kreatif dalam mendapatkan target audiens karena musik dapat membuat seseorang mendapatkan semangat atau sebaliknya. Sehingga pemilihan musik di waktu dan bentuk kegiatan di wilayah merupakan pilihan yang krusial. (Triartanto, 2010:134)

F. METODE PENELITIAN

1. Metode penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif. Di mana penelitian bertujuan untuk meneliti fenomena yang dialami oleh subjek dengan cara mendeskripsikan hal-hal yang ditemukan oleh peneliti di lapangan. menurut Kirk & Miller dalam buku yang diterbitkan Nasution (Pupu, 2009: 2) mendefinisikan bahwa metodologi kualitatif merupakan kebiasaan tertentu dalam ilmu sosial yang dasarnya bersifat pokok dengan kehasann, dan berhubungan langsung dengan orang-orang tersebut dalam pembahasannya.

2. Waktu dan Lokasi

Penelitian ini berlokasi di pulau Bali tempat Radio D'Oz radio Bali FM dan Radio Phoenix FM berada.

Lama proses Penelitian berlangsung kurang lebih sekitar 6 bulan di mana 1 bulan peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi.

3. OBJEK PENELITIAN ini adalah : Radio D'Oz radio Bali FM & Radio Phoenix FM

Dalam mencari data peneliti menggunakan objek untuk di menggali informasi dengan observasi, wawancara secara mendalam dan dokumentasi. Peneliti menggunakan 2 kategori :

Pekerja radio :

- Stasiun Manager, yang merupakan pelaku/pemegang yang bertanggung jawab terhadap perusahaan radio.
- Produser, yang merupakan kepala unit dalam siaran yang dipilih oleh oleh manager untuk mempertanggung jawabkan seluruh rangkaian kegiatan dalam produksi siaran.
- Penyiar, yang merupakan bagian dalam penyampaian pesan terhadap siaran tersebut.
- *News writer/writer text* yang bertanggung jawab membuat percakapan, dan membuat teks dialog dalam siaran radio.

4. Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan 3 cara dalam mendapatkan data,yaitu melalui

a. Observasi

Observasi merupakan kegiatan di mana seorang peneliti dalam mencari data mengambil langkah dengan cara mendatangi langsung lokasi tempat terjadinya sebuah kegiatan, objek, dan perkara itu terjadi. Di mana peneliti mengamati dengan cermat sebuah proses dari kegiatan atau bentuk kegiatan sehingga mendaptkan informasi yang membuktikan dan benar. Peneliti melakukan

Observasi langsung ke radio Phoenix FM, radio D'Oz radio Bali FM, dan narasumber lainnya untuk mendapatkan data mengenai produksi kreatif dari kedua siaran radio tersebut. Observasi dilakukan pada bulan Maret-April 2017.

b. Wawancara

Merupakan kegiatan di mana antara peneliti dan narasumber saling melakukan dialog yang berisikan tanya-jawab antara peneliti dan narasumber. Dalam wawancara yang baik perlu adanya bentuk yang terstruktur dari pertanyaan sehingga memudahkan dalam memberikan pertanyaan dan mendapatkan jawaban dari narasumber. Sebelum melakukan wawancara sangat memerlukan teks dalam bentuk catatan pertanyaan sehingga wawancara berjalan dengan lancar (Mulyana, 2001: 182).

Ada 4 objek yang peneliti akan wawancarai

1. Pertama yaitu seluruh redaksi yang terlibat dalam proses pembuatan program siaran di mana para pembuat siaran ini antara lain : Manajer, produser, penyiar, *scriptwriter* dari radio Phoenix FM dan radio D'Oz radio Bali FM secara mendalam.
2. Kedua, peneliti mewawancarai para pendengar radio yang bukan merupakan para fans dari kedua radio tersebut.
3. Ketiga, peneliti mewawancarai para pendengar radio setia dari kedua belah pihak radio dengan ikut atau sembari mendengarkan siaran radio tersebut

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan bentuk data yang benar dan terpercaya yang mampu membantu dalam proses pencarian data/informasi. Dalam hal ini dokumentasi menjadi penting karena membantu proses pencapaian dalam mendapatkan informasi di mana dokumentasi dalam bentuk data-data lama yang telah ada maupun pendokumentasi yang dilakukan langsung oleh peneliti.

5. Teknik Analisis Data

Menurut Sudarwan Darmin dan Darwis (Kuntjoro, 2009:16) secara garis tahapan dalam penelitian kualitatif dibagi menjadi 5 tahap. Yaitu tahap pertama, merumuskan masalah sebagai fokus penelitian. Kedua, Mengumpulkan data dengan turun lapangan. Ketiga, menganalisis data yang dapat. Keempat, merumuskan hasil studi. Kelima, menyusun rekomendasi untuk membuat keputusan.

6. Jadwal Penelitian

Berikut ini merupakan tabel jadwal penelitian:

Tabel 1.1 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		1	2	3	4	5	6
	Penyusunan Laporan						
1	perumusan ide penelitian						
2	Perolehan sumber informasi dan sumber referensi terkait penelitian						
3	Penghubung ketersediaan sumber						
	Pengumpulan Data						
1	Proses perizinan						
2	Pelaksanaan kegiatan wawancara						
3	Proses pengecekan kebutuhan data dan informasi						

4	Penyampaian ucapan terima kasih dan penyalinan komunikasi lebih lanjut kepada narasumber					
	Analisis Data					
1	Reduksi data					
2	Penyajian data					
3	Penarikan kesimpulan dan verifikasi					

BAB II

OBJEK PENELITIAN

Pada Bab ini peneliti akan menjelaskan gambaran objek yang diteliti, objek yang diteliti oleh peneliti merupakan media massa yang masih dimanfaatkan oleh masyarakat. Media massa tersebut ialah radio Phoenix FM dalam program FTII (*Fruit Tea* Ini Indonesia) dan D'Oz radio Bali FM dalam program Sore Santai yang terletak di pulau Dewata (Bali). Kedua radio ini merupakan radio sebagian dari radio yang sering di dengar oleh kaula muda hingga kalangan atas. Baik dari kedua radio ini memiliki nama dan reputasi yang bagus dan memiliki target yang sama. Kedua radio ini merupakan radio jaringan yang dari masing-masingnya memiliki karakteristik masing-masing. Seperti radio D'Oz radio Bali FM merupakan radio yang terletak di Bali tetapi radio pusatnya di Bandung. Sedangkan radio Phoenix FM merupakan salah satu radio dari group 5 radio yang terdiri dari Phoenix, Pinguin, AR, Soni, News

A. Perkembangan radio di Bali

Stasiun radio banyak tersebar se-iIndonesia, berbagai pulau memiliki banyak siaran radio dari pemerintah, swasta hingga komunitas. Sampai saat ini radio yang tersebar lebih dari ratusan stasiun radio. Tidak luput juga bahwa banyak para pembisnis radio mengincar

wilayah di Bali yang merupakan tempat yang terkenal pariwisatanya. Di mana jumlah stasiun yang beroperasi di Bali menurut Direktorat Politik Komunikasi, BAPENNAS (Badan Perencanaan Pembangunan Nasional) mencatat sekitar 20 stasiun radio belum lagi dengan radio-radio swasta yang belum ke data oleh BAPENNAS, seperti BaliFM, PenguinFM, Bali Suara Mitragama, dsb. Dikarenakan beberapa radio belum terdata dalam data BAPENNAS, peneliti juga mengambil data dari situs yang mendata radio di Bali. Menurut data gabungan tersebut menyatakan bahwa jumlah radio di Bali sekitar 67 stasiun radio. (http://1-mei.mhthamrin.web.id/en1/2549-2444/Daftar-stasiun-radio-di-Bali_62573_1-mei-mhthamrin.html, akses 7 November 2016)

Dapat dilihat bahwa perkembangan radio di Bali memiliki perkembangan yang baik karena dari jumlah radio yang mengudara terbilang cukup banyak untuk satu provinsi. Di mana pendengar lebih tertarik akan radio lokal karena radio lokal lebih memuat konten lokal. Seperti yang dikatakan oleh Yohanes Yudistira Direktur Utama PT. Radio Bali Perkasa yaitu “Kami sadar kekuatan radio adalah siaran muatan lokal, saya sudah keliling Indonesia dan melihat bisnis radio akan sukses kalau siarannya lebih banyak muatan lokal” (<http://www.kpid-baliprov.go.id/index.php/baca-berita/4505/Muatan-Lokal-adalah-Kekuatan-Bisnis-Radio>, akses 20 November 2016).

1. Sejarah Singkat Radio Phoenix FM

Radio phoenix merupakan radio group yang terdiri dari radio Phinguin, Phoenix, Ar, Soni, News. Karena bersifat sindikasi tentu memiliki klaster-klaster dalam menjangkau ranah pendengar. Berdiri pada tanggal 2 September 2002, pada saat itu radio phoenix telah menjadi radio komersil, tetapi dengan konsep mandarin. Awal mula terbentuk konsep mandarin dikarenakan pada tahun tersebut lagi terkenal dengan fenomena film F4 / Meteor Garden dan sebagainya. Pada tahun 2005, radio Phoenix FM me *re-branding* dari mandarin menjadi *Contemporary Hits Radio*. radio ini terletak di Jln. Ciung Wanara Renon Denpasar-Bali, dan memiliki frekuensi di 91.00 FM. Radio ini memiliki jangkauan luas sekitar pulau Bali.

Radio yang memiliki panggilan stasiunnya “*The Hottest Station Radio in Bali*” didirikan dengan tugas merancang program yang menghibur dan mendidik serta diminati oleh pendengar dengan nilai-nilai, norma-norma yang berlaku di

masyarakat yang belandaskan hukum dan perundang-undangan yang berlaku. Sehingga menjadikan para pekerja radio ini menekankan kemauan kreatif dengan didorongnya loyalitas. Jam operasi radio Dario jam 05.00 hingga 24.00 di mana jam *prime time* terletak di jam 05.00-09.00, 12.00-15.00, 15.00-18.00. Memiliki kompetisi musik, informasi, dan interaktif, di mana musik terdiri dari 60% Mancanegara, dan 40% Indonesia.

a. Visi dan Misi

Memiliki visi misi di mana Tugas kami adalah merancang program siaran yang menghibur dan mendidik serta diminati oleh pendengar dengan nilai-nilai serta norma-norma yang berlaku di masyarakat serta berlandaskan hukum dan perundang-undangan yang berlaku di Negara Republik Indonesia.

b. Logo Phoenix FM



Gambar 2.1 Logo Phoenix

Sumber Dokumen Phoenix

c. Program-Program Phoenix FM

Phoenix FM memiliki berbagai program di mana program-program ini di siarkan dari jam 05.00 hingga jam 24.00 WITA. Program yang di siarkan di bagi menjadi tiga jenis bentuk siaran, yaitu dalam bentuk program ***Prime Time***

di mana siaran pada jumlah pendengar terbanyak. Selanjutnya program **Regular**, dan program spesial.

Program-program ini terdiri dari :

1. Program Unggulan (Prime time)

a) *Rising Phoenix.*

PRIME TIME



RISING PHOENIX
On Air Schedule
SENIN - JUMAT : 05:00:00 - 09:00:00

Program Prime Time , Morning Show Phoenix Radio Bali. Menghadirkan dua penyiar dengan karakter Cheer & Powerfull, menghibur dan selalu up to date, menemani pagi hari kamu yang mau ke sekolah dan kampus. Dengan kemasan program menarik dan membuat semangat di pagi hari. Disini kamu akan update mulai dari SPSH.OMG, Today On History, BISIK BISIK, SETTING (SEBENTAR TAPI PENTING) & LET'S VOTE, isu isu terhangat di Bali, Info terkini gadget, buku sampe apapun yang lagi happening di social media . Premiere artis luar negeri sampe bisa kamu bawa pulang hadiah hadiah dari CD terbaru sampe dengan hadiah quiz yang lainnya. Di program ini kamu juga berinteraksi sama kita di twitter @PHOENIXFMBALI , LINE dan Fanpage : PHOENIX RADIO BALI dan WA/SMS : 0812 383 9100

Gambar 2.2 Info Program Rising Phoenix

Sumber Dokumen Phoenix

b) *Paper Jam.*



PAPER JAM
On Air Schedule
SENIN - JUMAT : 12:00:00 - 15:00:00

Siang siang pulang sekolah kita kasi kamu deh seneng seneng telpon kita sekalian request atau nyalamin temen. siapa tahu sambil nunggu jemputan dari ortu atau sopir pribadi. Tapi biar ga garing kita juga kasi kabar terbaru dari selebriti idolamu di SELEB NEWS TODAY , dan selain itu kamu juga akan diajak mencari tahu tentang masalah kesehatan mu di FIT AFTER LUNCH dan mencari tahu fakta fakta unik di U KNOW WHAT ? Di program ini kamu juga berinteraksi sama kita di twitter @PHOENIXFMBALI , LINE dan Fanpage : PHOENIX RADIO BALI. WA/ SMS : 0812 383 9100 dan on air di 0361 229 800.

Gambar 2.3 Info Program Paper jam

Sumber Dokumen Phoenix

c) *Fruit Tea* ini Indonesia



Gambar 2.4 info Program *Fruit TEA ini Indonesia*

Sumber Dokumen Phoenix

2. Program Reguler

a) *Program Morning Madness*

SENIN - JUMAT: 09:00:00 - 12:00:00

Program ini berisikan single dalam dan luar negeri yang hits, informasi berupa kesehatan, pengetahuan, informasi selebriti, insert berupa masukan apa yang wajib di coba, serta berisikan kutipan-kutipan.

b) *Evening Twilight*

SENIN – JUMAT: 19:00:00 – 22:00:00

Program ini memberikan kesempatan kepada pendengar untuk *on air* langsung dengan menghubungi 229800, berisikan berita-berita mengenai selebriti, mendengarkan curhatan dan lagu pilihan di BNT (Bingkisan Nite Time) dan mengajak pendengar untuk peduli kepada kesehatan dalam insert *Healthy Life*, dan memiliki insert *Cuma Nanya*, serta berisikan tips-tips seputar sekolahan di insert *High School Zone*.

c) *Nite Time*

SENIN – JUMAT: 22:00:00 – 24:00:00

Program yang lebih ke konten musik ini tetap memberikan info-info ringan seputar fakta-fakta di sekeliling kita di insert *OMG* dan berisikan kutipan-kutipan dari film terkenal di *MOVIE QUOTES*.

d) *Phoenix Morning Weekend*

SABTU & MINGGU: 06:00:00 – 10:00:00

Program ini menemani pendengar di akhir pekan dengan bertujuan menyemangati pendengar dengan info bermanfaat yang telah dirangkum dalam sepekan. Info *update* selebriti luar dan dalam negeri di Gossip Weekend, serta mengajak pendengar untuk mengintip dan mencari tahu peristiwa-peristiwa penting yang pernah terjadi di Flashback On Weekend. Dan fakta-fakta di insert OMG.

e) *Morning Madness Weekend*

SABTU & MINGGU: 10:00:00 – 14:00:00

Program ini berisikan informasi bermanfaat mengenai olahraga, nutrisi, gizi, makanan, selebriti dan informasi terkini di Indonesia.

f) *Paperjam Weekend*

SABTU & MINGGU: 14:00:00 – 18:00:00

Program ini berisikan informasi seputar wisata, perawatan diri, dan informasi selebriti dari luar negeri, dan kejadian terkini di seluruh dunia.

g) *Nite Time Weekend*

SABTU & MINGGU: 20:00:00 – 23:59:59

Program ini berisikan request mengenai lagu yang diinginkan, dilengkapi dengan insert-insert yang membuat pendengar up to date tentang informasi dari belahan dunia hingga belahan hati, mengenai asmara, dan beberapa insert Hottest Gossip, Movie Review, U Know What, RnB, TOP10, Dance TOP10, BNT Re- Run, Cara Jitu Malam Ini, CERITA MALAM sampai Quotes Of The Day .

3. Program Spesial

a) *Special Program*

SENIN - JUMAT: 18:00:00 - 19:00:00

Merupakan *taping* (rekaman) beberapa konten seperti **Senin:** New Release program lagu-lagu baru luar negeri selama 1 jam lengkap dengan infonya ikemas menjadi special program yang didapatkan oleh music director dari label label kerjasama radio dan memperkirakan lagu

tersebut bisa masuk ke chart radio. **Selasa:** INDO 19 Program persaingan 19 lagu dalam negeri untuk menjadi nomor 1 setiap minggunya yang dikemas menarik dengan tema berbeda setiap minggunya oleh produser dan scriptwriter. **Rabu:** Movie Corner Program special yang membahas info menarik tentang film dalam ataupun luar negeri serta berita berkaitan dengan film. Mulai dari box office sampe actor atau aktris yang lagi happening akan dibahas lengkap dengan playlist semua soundtrack film terhits. **Kamis:** Rock Show Program yang khusus memutar lagu lagu Rock Modern serta informasi dan tanggal release serta jadwal panggung musisi tersebut ,disertai chart 10 lagu rock terbaik setiap minggunya. **Jumat:** Request Box Program Chart Show yang memilih 12 lagu terbanyak di request berdasarkan hasil request pendengar melalui LINE, SMS, Twitter dan Facebook serta jumlah airplay dalam satu minggu.

b) Phoenix TOP40

SABTU: 18:00:00 – 20:00:00

Program ini berisikan chart music dari urutan 40 hingga yang pertama menurut Phoenix radio Bali.

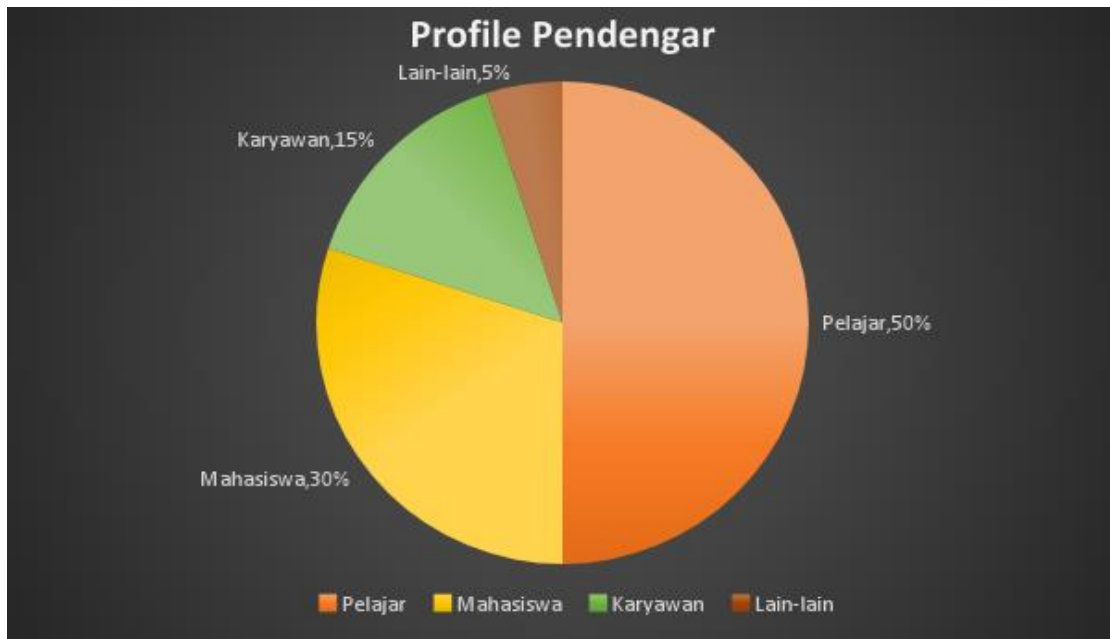
c) Asian Hits

MINGGU: 18:00:00 - 20:00:00

Program yang memuat lagu asia (Jepang/Korea/Mandarin) berisikan gossip dari actor/actrees korea. Persaingan 10 lagu asia paling hits di Asian TOP10, serta mengungkap keunikan keunikan idola-idola yang suka derama korea.

d. Profile Pendengar

1. Sebutan pendengar : Phoeners
2. Profile pendengar



2.5 Diagram Profile Pendengar Phoenix

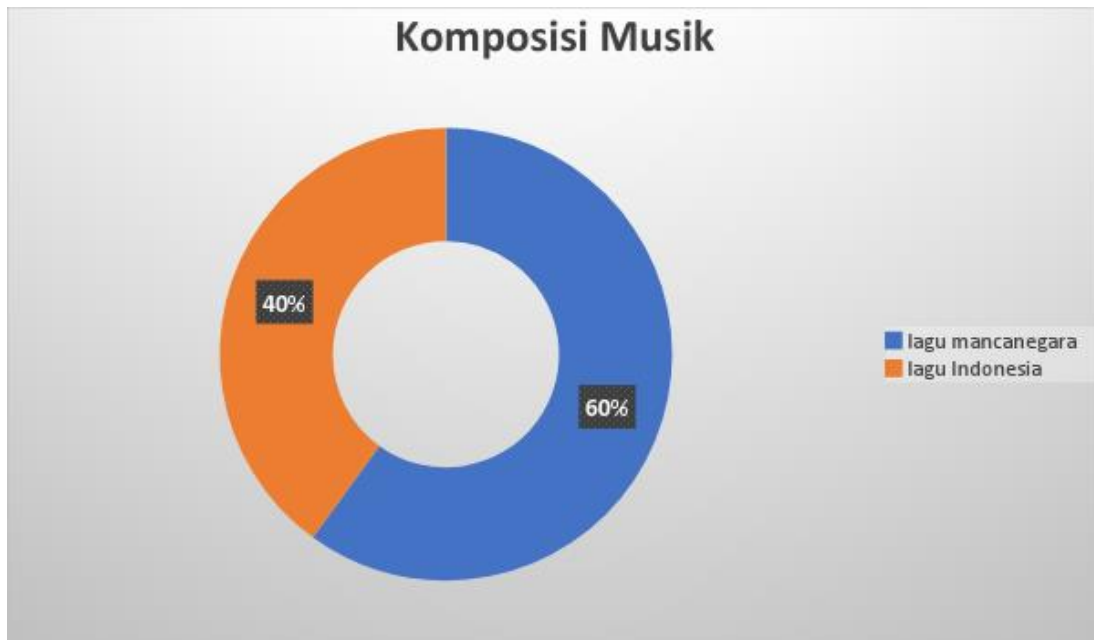
(<http://www.phoenixradiobali.com/aboutus.php>, akses 23 Januari 2018)

e. Jangkauan Siaran

Jangkauan wilayah Bali dan sekitarnya, wilayah Bali meliputi : Denpasar, Kuta, Tabanan, Buleleng, Jembrana dan beberapa wilayah tidak dijangkau dikarenakan pegunungan seperti : Singaraja kota.

f. Jenis Program

1. Komposisi musik



2.6 Diagram Komposisi Musik Phoenix

Sumber (<http://www.phoenixradiobali.com/aboutus.php>, akses 23 Januari 2018)

2. Format Musik: CHR (Contemporary Hits Radio)/Top 40

g. Oprasi siaran

Jam oprasi	: 05.00 AM-24.00 PM
Prime Time	: 05.00-09.00;12.00-15.00;15.00-18.00
Reguler Time	: 09.00-12.00;18.00-24.00
On Air Character	: Energetic & Cheerful

h. Struktur Organisasi



2.7 Struktur Organisasi Phoenix

Sumber Dokumen Phoenix

2. Sejarah Singkat Radio D'Oz radio Bali

Radio D'Oz telah pada tahun 1966 dengan nama stasiun radio *Young Cressendo* oleh sekelompok anak muda di Bandung. Karena banyaknya pertimbangan yang terjadi, akhirnya *Young Cressendo* berubah nama menjadi D'Oz terinspirasi oleh "*Wizard Of Oz*" yang cukup populer saat itu. Pada tanggal 25 Desember 1971 ditetapkan sebagai kelahiran resmi Oz. Seiring perkembangannya lahirlah beberapa stasiun di kota-kota besar khususnya Bali. Di Bali sendiri D'Oz radio lahir pada tahun 2005 dengan konsep radio komersil. Radio D'Oz radio Bali terletak di kompleks pertokoan sunset indah II-B Block 5 Jl. Sunset Road, Kuta - BALI 80361.

Radio D'Oz yang memiliki tag line "your number one hits station" dengan memutar lagu-lagu yang hits, di mana "hits" disini yaitu hits pada saat ini dan hits pada saat pendengar masih muda (untuk umur 30an) dan materi yang positif. selalu berada di hati pendengarnya. Hal ini menjadikan bahwa setiap pekerjaannya diwajibkan untuk memberikan sebuah siaran yang bersifat positif. Dengan informasi-informasi yang terkini dan musik hits. Jam Operasional radio ini sendiri diawali di pagi hari pada jam 06.00-23.00, di mana jam *prime time* terletak di jam 06.00-10.00, 16.00-19.00. Memiliki komposisi musik 60% internasional dan 40% lokal dan memiliki *on air* dengan sebutan "siaran mendarat" di mana *on air* tidak hanya di dalam sebuah stasiun tetapi di siarkan langsung di lokasi yang di datangkan.

a. Visi dan Misi

1. Visi

Ingin menjadi radio anak muda dilihat dari :

- a. Aspek hiburan karena formatnya lebih banyak hiburan.
- b. Informasi yang disampaikan sesuai dengan segmentasinya dan untuk kebutuhan anak muda.
- c. Pendidikan
- d. Sosial

2. Misi

Oz radio Bali, sebagai media penyalur informasi D'Oz radio Bali memeberikan informasi kepada pendengar sekaligus memberikan hiburan untuk pendengar di Bali khususnya wilayah Kuta.

b. Logo D'Oz Radio Bali



Gambar 2.8 Logo D'Oz Bali

Sumber Dokumen DOz Radio

c. Program-Program D'Oz Radio Bali

(senin)

06.00-10.00	Mata Sapi (Matahari Setiap Pagi)	Merupakan siaran Prime time yang berisikan candaan tawa, dan musik-musik untuk menemani jam pagi hari.
10.00-12.00	Bali Hop (Bali Hangout Place is)	Reporter mendatangi sebuah tempat usaha klien untuk mengiklankan usaha

		tersebut dengan cara toping off, yang berartikan ada dua penyiar didalam studio dan luar studio.
12.00-13.00	Mixing Lagu	Lagu Indonesia
13.00-16.00	Oz top tracks	Berisikan lagu berumur 2 tahun. Membahas lagu baru, konser.
16.00-19.00	Sore Santai	(Primetime) Merupakan program yang mengusung tema ringan untuk menemani aktifitas di sore hari.
19.00-21.00	kamus Ozzers	Merupakan siaran yang berisikan lagu-lagu ang dipilih oleh Ozzers. serta berisikan salam-salam dari pendengar.
21.00-23.00	Lav Cinta	Membahas Cinta”

(Selas- Jumat)

21.00-23.00

Music *taping*

Playlist music

d. Program Unggulan

Perogram unggulan untuk D'Oz radio Bali ialah :

1. Mata Sapi

Mata Sapi merupakan siaran unggulan dari D'Oz Bali FM yang disiarkan di pagi hari pada jam 06.00 hingga 10.00 WITA, siaran ini berisikan candaan tawa, dan musik-musik untuk menemani jam pagi hari.

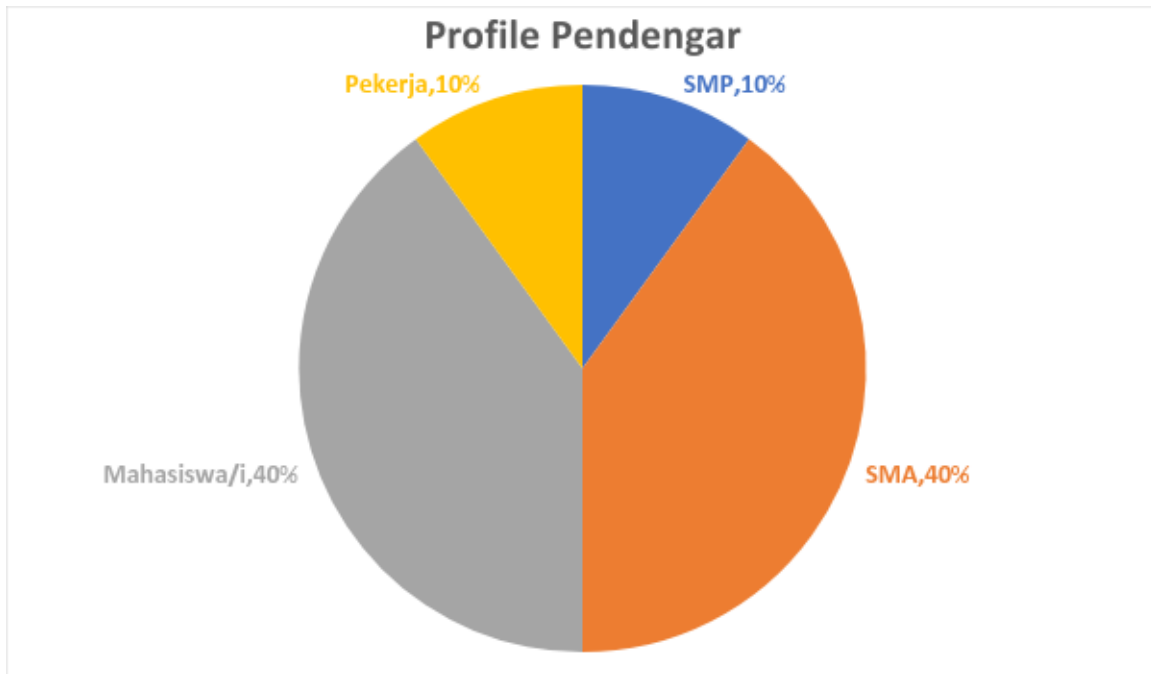
2. Sore Santai

Sore Santai merupakan siaran unggulan kedua yang dimiliki oleh D'Oz Bali FM yang berisikan insert-insert yang bertujuan untuk menemani pendengar di dalam perjalanan. Berisikan insert-insert yang ringan dan dapat didengar oleh seluruh kalangan.

e. Profile Pendengar

1. Sebutan pendengar : Ozzers

2. Profile Pendengar :



2.9 Diagram Pendengar D'Oz Bali FM

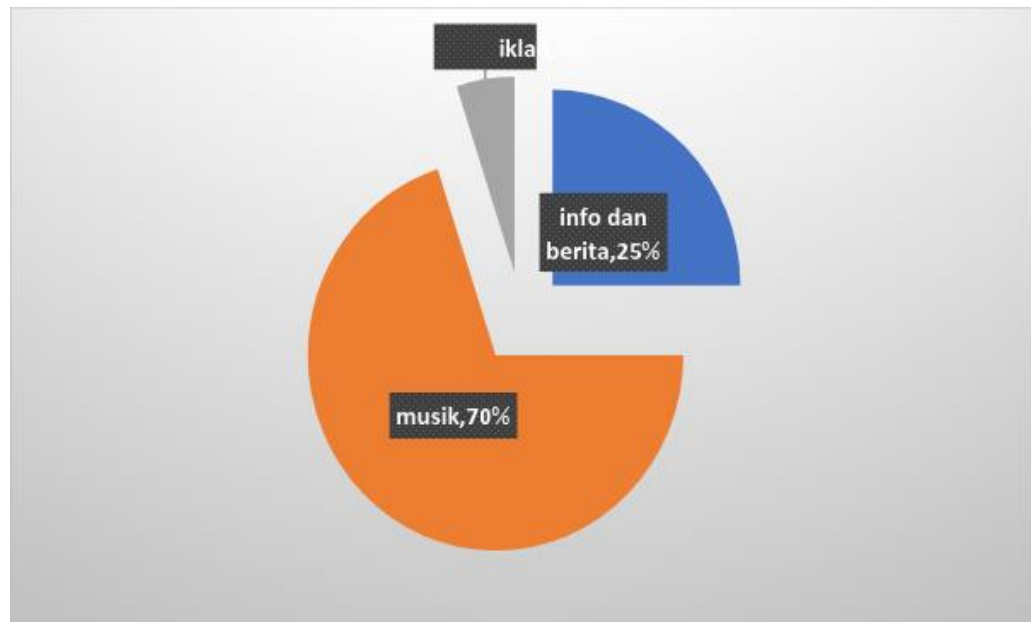
Dokumen Radio D Oz Bali FM

f. Jangkauan Siaran

Jangkauan siaran yang di miliki oleh D'Oz radio Bali secara hukum berada di wilayah Kuta, tetapi secara jaringan pemancar wilayah beberapa wilayah sampai di daerah Bali meliputi : Denpasar, Tabanan, Ubud beberapa wilayah di Karangasem.

g. Jenis Program

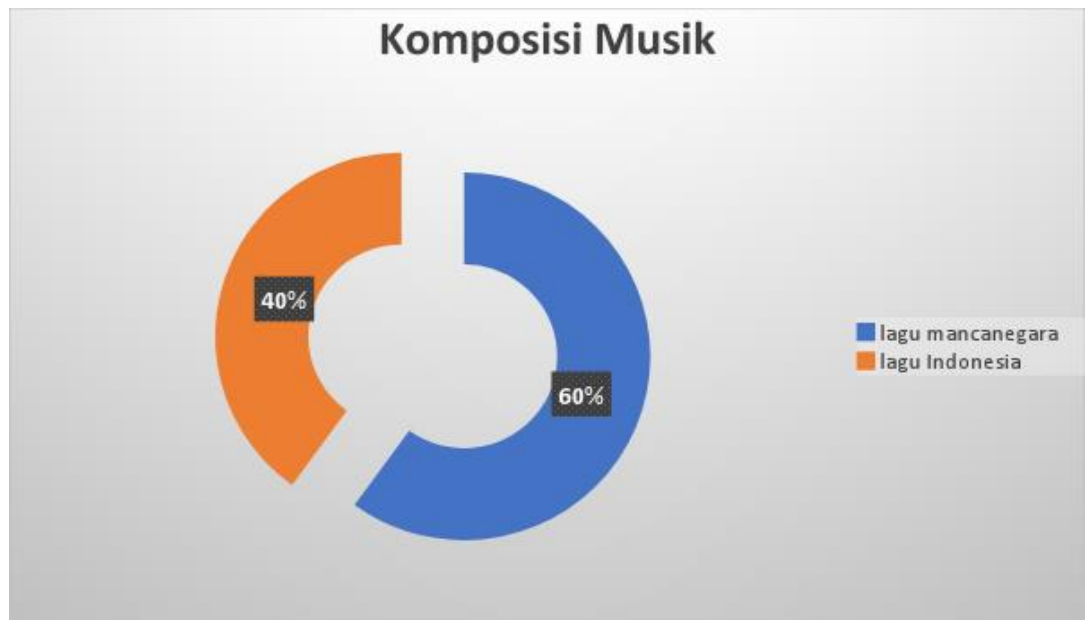
1. Komposisi Program siaran



2.10 Diagram Komposisi Siaran D'Oz Bali

Dokumen radio D'Oz Bali

2. Komposisi Musik



2.11 Diagram Komposisi Musik D'Oz

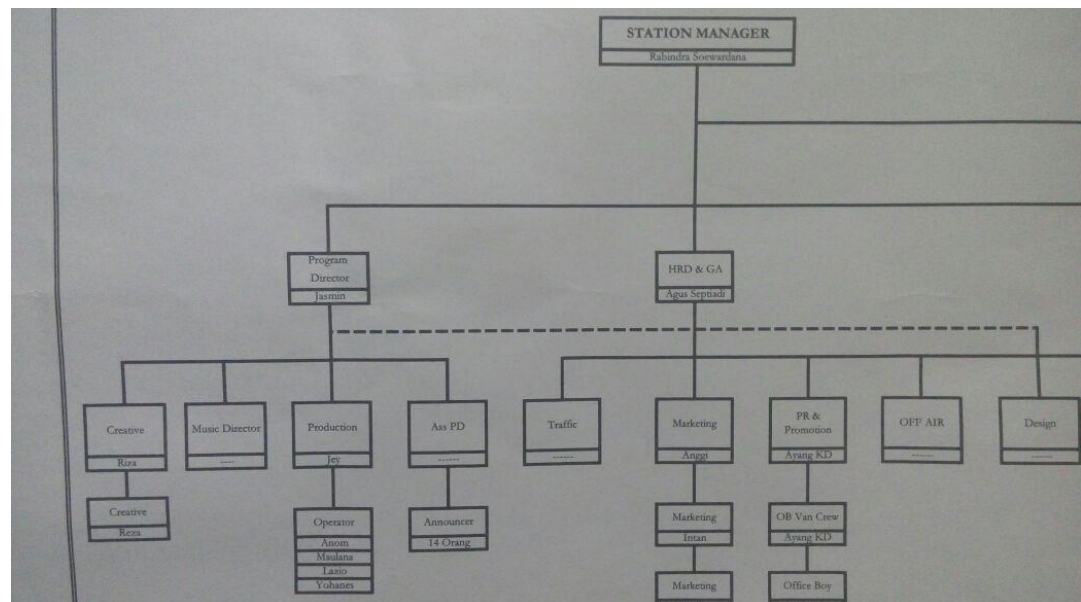
Dokumen radio D'Oz Bali

3. Format Musik : CHR (Contemporary Hits Radio)/Top 40

h. Operasi Siaran

1. Jam operasi : 06.00 AM-23.00 PM
2. Prime Time : 06.00 AM-10.00 AM;16.00 PM- 19.00 PM
3. Regular : 10.00 AM- 12.00 PM;12.00 PM- 13.00 PM;13.00 PM- 16.00 PM;19.00 PM-21.00 PM;21.00 PM-23.00 PM
4. *On Air* character : powerfull, semangat, bahagia

i. Struktur Organisasi



2.12 diagram Struktur Organisasi D'Oz

Dokumen radio D'Oz Bali

BAB III

HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti ingin memaparkan hasil temuan dari penelitian yang dilakukan terhadap radio Phoenix FM dan D'Oz radio Bali dalam mencari proses kreatif program hiburan *Fruit Tea* ini Indonesia dan Sore Santai, serta faktor-faktor yang mempengaruhi proses kreatif program hiburan radio Phoenix FM dan D'Oz radio Bali. Peneliti telah melakukan upaya untuk mendapatkan hasil temuan dengan melakukan wawancara terhadap narasumber yang bersangkutan, mengambil dokumentasi, dan melakukan observasi pada saat penelitian berlangsung.

Hasil temuan yang telah peneliti dapatkan, peneliti paparkan berupa :

A. Proses Kreatif Program Hiburan dalam Radio Swasta Bejaringan Phoenix FM dan D'Oz radio Bali

Proses kreatif dalam sebuah produksi khususnya media sangat diperlukan, hal tersebut dapat mempengaruhi di mana sebuah “produk” yang di kemas dapat mengikuti perkembangan. Di mana hal ini radio merupakan salah satu bagian media massa tidak luput dari sebuah proses kreatif yang dilakukan oleh para pekerja kreatifnya untuk memberikan informasi-informasi dan hiburan ke pada pendengarnya. Phoenix FM dan D'Oz radio Bali merupakan radio yang memproduksi siaran hiburan dan informasi untuk kaula muda yang sangat penting karena sebagai media massa tentu memiliki peranan untuk dapat membantu perkembangan di masa muda dan kedua radio tersebut memiliki ciri khasnya masing-masing dalam menyampaikan di dalam dunia keradioan. Sehingga dalam membedakan atau membentuk ciri khas perlu adanya kreatifitas yang mendasari itu semua. Sehingga radio dapat menciptakan sebuah pengelompokan masyarakat yang menjadikan dirinya tetap setia untuk mendengarkan radio tersebut. Berikut ini peneliti akan menjabarkan hasil penelitian di lapangan terkait dengan proses kreatif yang dilakukan oleh tim produksi pada program siaran yang berada dalam radio Phoenix FM dan D'Oz radio Bali.

1. Radio Phoenix FM

Kreatifitas menjadi hal yang selalu ada dalam setiap media penyiaran, di mana kreatifitas dalam membentuk, mengolah, menjadikan konten siaran dalam radio Phoenix FM membuat radio Phoenix FM tetap dapat berlayar di dunia radio saat ini. Hal ini pun menjadi ciri khas dari radio Phoenix FM dengan memanfaatkan kreatifitas dari tim kreatifitasnya dalam membuat siaran di mana mereka merupakan radio anak muda yang kontennya dibuat oleh tim kreatif sendiri. Walau mereka menggunakan siaran semi block di mana 50% dari siaran mereka dan diberi label “fruit tea” tetapi pekerja kreatif tidak segan segan mencurahkan seluruh tenaga mereka untuk membuat konten menyiarkan. Dalam radio Phoenix khususnya siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” hanya memutar musik yang berasal dari Indonesia saja dengan batas kelayakan music per 3 tahun di perbarui.

Hal yang berbeda dengan radio ini ialah mereka menyampaikan siaran di sore hari dengan berita-berita baik, berita-berita baik disini ialah mereka tidak mengambil bahan materi yang bersifat berita hardnews atau yang buruk karena mereka ingin membuat pendengarnya tidak memikirkan berita-berita yang berdampak buruk kepada pendengar. Dengan pematangan konsep menjadikan diri mereka menjadi radio yang menciptakan ide-ide kreatif. Dengan mencari ide untuk konten menjadikan pekerja kreatif dituntut untuk bekerja keras.

Konsep kreatif yang ditetapkan oleh siaran *Fruit Tea* ini Indonesia lebih kepada bagaimana konsep tersebut berbeda dengan cara menyiarkan. Seperti mereka senang dengan sponsor mereka yang memiliki tagline “banyak sensainya” milik *Fruit Tea* ini. Mereka menjadikan ini sebagai acuan untuk membuat konten yang anak muda dengan penyampaian yang cheerful. Seperti interview dengan narasumber, mereka mengolah interview biasa dengan berbagai olahan games sehingga membuat interview mereka tidak seperti interview

yang hanya menjelaskan saja. Dengan perbandingan 70% games dan 30% bertanya tentang carrie menjadikan pola komunikasi siaran ini berbeda dengan yang lainnya. Dibantu dengan tim digital menjadikan social media sebagai ajang promosi dengan merekam artis yang datang dan membuat poster menjadikan pendengar tau siapa bintang tamu yang akan hadir disana. Hal ini berpengaruh kepada pendengar, bahkan dengan memanfaatkan berbagai media promosi yang ada membuat pendengar rela datang untuk ketemu fansnya di radio Phoenix FM.

Pada penelitian ini, peneliti mengangkat tema pada proses kreatif yang dilakukan oleh tim kreatif dalam program “*Fruit Tea* ini Indonesia (FTII) yang disiarkan di Bali. Berdasarkan tahapan yang didapat oleh peneliti ialah :

a. Proses Pra Produksi

1. Tim Kreatifitas Mencari ide.

Ini merupakan tahapan awal sebuah konten, di mana dalam tim krea pencarian ide ini sebuah konten mentah di dapat melalui pencarian-pencarian informasi melalui media internet, tim kreatif radio phoenix FM melakukan pencarian ini dan mencari informasi tentan trend saat ini, setelah data didapat lalu di oleh mereka melalui diskusi , hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut ini.

“lebih banyak browsing di internet, dan lebih cari tau, kira-kira diluar itu bagaimana trendnya sekarang. Gak Cuma terfokus di Bali saja, jadi kita cari referensi dan kita cari linknya, setelah kita dapat refernsinya bukan artian kita copy 100%, kita sebagai tim kreatif mengembangkan lagi ide yang kita dapat, misalkan itu idenya bias dikembangkan lewat diskusi” (Hasil wawancara dengan Mba Ovi selaku Produser sekaligus Tim Kreatif radio Phoenix FM, 15 November 2017)

Pada tahapan pencarian ide materi siaran ini, tim kreatif tidak hanya mencari melalui media internet saja, tetapi media kreatif juga

mencari dengan cara mendengarkan siaran-siaran radio lain. Di mana hal ini tertuang dalam wawancara berikut ini.

“Banyak referensi, banyak dengar radio lain, jadi tidak menutup kemungkinan ide itu bisa datang dari program lain juga. Kalau saya percaya ATM (Amati Tiru Modifikasi), kita boleh aja liat-liat program lain, ya kita tiru sih tidak, tapi kita modifikasi lagi.” (Hasil wawancara dengan Mas Dipha selaku bagian Digital sekaligus Tim Kreatif Phoenix radio, 15 November 2017)

Dalam mencari ide konten siaran ini tim radio Phoenix FM berpaku dalam konsep-konsep yang ditetapkan dalam siaran radio Phoenix FM, di mana konsep-konsep ini tertuang dalam insert yang telah ditetapkan oleh tim produksi seperti materi hanya seputaran Indonesia karena konsep dari judul bernama “ini Indonesia”. Insert-insert yang ada dalam *Fruit Tea* ini Indonesia ini berupa good news yang berisikan

Host disini juga tidak hanya sekedar menyampaikan naskah yang diterima oleh *writer* saja tetapi *Host* juga dapat memberikan masukan ide dan ikut dalam rapat internal dalam membahas ide tersebut. Dan *Host* juga dapat mencari konten-konten yang diperlukan untuk ide tersebut. Hal ini menjadi cara di phoenix untuk mengurangi miss dalam siaran

Setiap stasiun radio tentu memiliki kebijakannya masing-masing dan cara untuk menentukan kelayakan konten layak atau tidak pekerja kreatif phoenix melakukan berbagai tahapan yaitu melalui :

1. Internal meeting.
2. Mencari needs and want dari pendengar.
3. Mensurvei beberapa orang untuk menjadi pendengar.

Hal ini sesuai dengan hasil wawancara sebagai berikut.

“cara menentukannya adalah sebuah konten pasti kita ada internal meeting, kita cari *needs and want* pendengar, mensurvei beberapa orang untuk menjadi bahan uji coba

program tersebut bisa masuk tayang atau tidak.” (Hasil wawancara Mas Doddy selaku Program Direktur Phoenix radio, 15 November 2017).

Untuk menentukan kelayakan sebuah konten layak radio Phoenix FM melakukan meeting internal mengenai ide yang akan di buat dan merapatkan konten yang di dapat untuk mengurangi keasalahan-kesalahan atau kurang. Dengan mencari *needs and want* radio ini telah menjadikan pendengar sebagai orang yang akan disuguhkan apa yang diinginkan pendengar, sehingga tidak melupakan keinginan pendengar. Mensurvei sample pendengar merupakan langkah selanjutnya yang di tetapkan radio ini agar mengetahui hasil konten siaran dapat diterima atau tidak oleh masyarakat.

2. Tim Kreatifitas Mengelola Hasil dari Idee yang Didapat

Ketika materi/konten didapat sesuai dengan ide yang di tetapkan, para pekerja kreatif dari radio phoenix FM melakukan rapat internal dengan mengumpulkan tim-tim yang berhubungan dengan pengambilan keputusan untuk menyiarkan ide tersebut tanpa menunggu waktu yang ditetapkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara sebagai berikut

“kalau ada menurut kita ide terkumpul, kita langsung rapat meeting. Kita meeting gak formal seperti perusahaan-perusahaan atau kayak dibank. Tapi kita meeting sambil duduk-duduk, mengobrol, santai, sambil minum fruity. Itu bisa jad sebuah meeting.” (Hasil Wawancara dengan Mas Doddy selaku Program Direktur, 15 November 2017)

Untuk mengelola ide konten radio ini juga menentukan segmentasi yang disasar. Memilih dijam siang menjelang malam ini tentu karena aspek-aspek yang penting. Seperti halnya memperhatikan kegiatan masyarakat, seberapa besar siaran berdampak kepada pendengar. Dan hal ini membuat program *Fruit Tea* ini Indonesia ditempatkan di jam tersebut dengan bertujuan menemani pendengar di jam-jam setelah mereka melakukan kegiatan

di sekolah, di kantor, atau di kampus. Oleh karena itu disini radio Phoenix menentukan siaran menjadi 2 jenis. Yaitu penyiaran non *on air* (tapping) dan *on air* (live). Non *on air* yang dimaksud tidak hanya melakukan siaran di studio tetapi dengan merekam siaran dengan kegiatan event di sekolah. Hal ini seperti wawancara berikut :

“ada dua kombinasi, selain *on air* juga didukung oleh kegiatan non *on air*, itu artinya ketika ada *fruit tea* ini Indonesia goes to school atau event-event”.(Hasil Wawancara dengan Mas Doddy selaku Program Direktor, 15 November 2017)

Di Phoenix radio ini, pihak-pihak dapat memberikan ide, di mana ide yang telah di dapat dan dikumpulkan di rapatkan kembali untuk menentukan ditetapkan atau disetujui, ketika konten-konten dari ide ini di kumpulkan dan di setuju oleh Program Direktur dan State Manager maka selanjutnya tahapan yang dilakukan adalah melakukan *editing/writing* konten. Di mana *editing/writing* konten dilakukan oleh *writer* dengan dengan mengelolah konten-konten yang didapat dan diklasifikasi menjadi satu struktural kata yang siap di baca. Tujuan untuk merangkai konten menjadi satu bagian dengan memiliki pembuka dan penutup untuk memudahkan host dalam membacanya.

Proses pembuatan naskah menjadi tahapan penting dalam pra produksi. Dengan adanya naskah akan menjadikan orang lebih mudah memahami keinginan dari Program Direktur dan State Manager.

b. Proses Produksi

Dalam proses produksi perlu membahas konten-konten dalam siaran phoenix, di mana dalam siaran Phoenix FM dalam program *Fruit Tea* ini Indonesia memiliki insert-insert yang tidak sedikit. Insert-insert yang ada dalam siaran Phoenix FM ini selalu berubah-ubah tiap harinya saat siaran, di mana insert ini menjadi tema isi dalam program siaran ini.

Walau radio Phoenix dalam siaran *Fruit Tea* ini Indonesia merupakan siaran semi block di mana 50% ditanggung oleh pihak

sponsor “Fruit Tea” tetapi Phoenix tidak menggunakan jasa lain untuk membuat siaran yang mereka siarkan. Radio Phoenix FM memiliki tim kreatif dalam membentuk konten-konten yang mereka siarkan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut

“ada tim kreatifnya, ada produsernya, program direktornya dan stasiun manager.” (Hasil wawancara Mas Doddy selaku Program Direktur Phoenix radio FM, 15 November 2017)

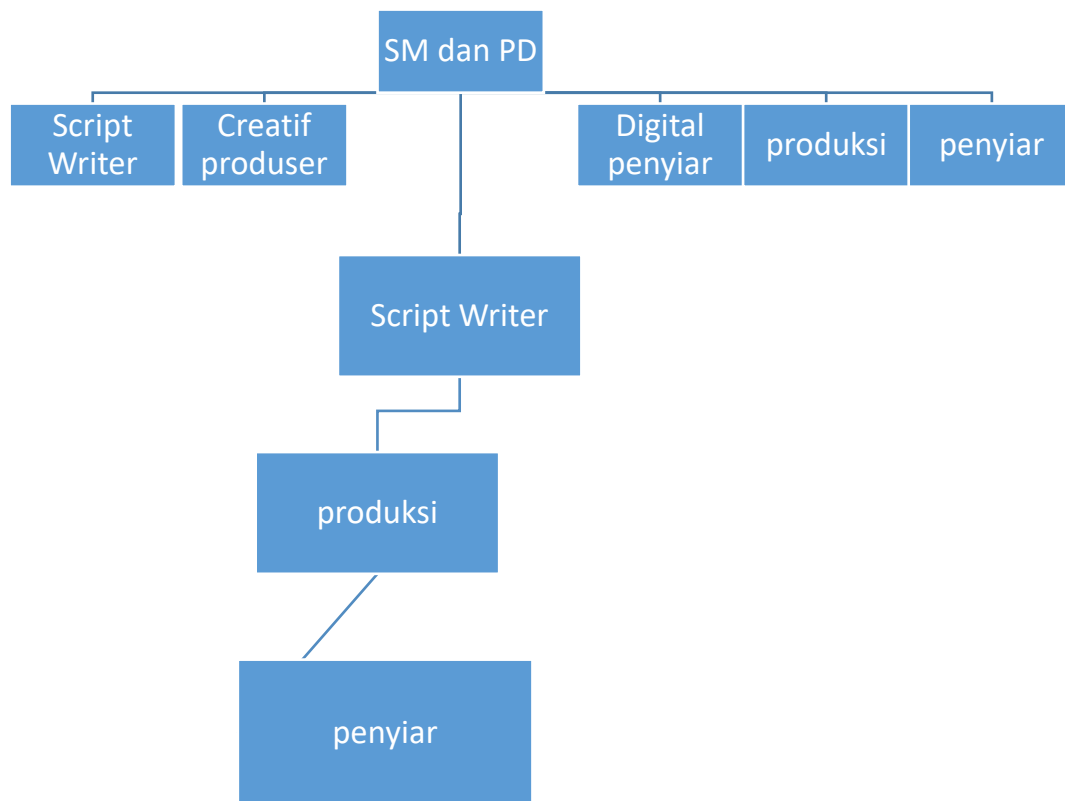
Dalam radio Phoenix siaran dibagi menjadi siaran *taping* dan siaran *on air* atau *live*. Di mana siaran *on air* merupakan siaran yang dilakukan secara langsung tanpa proses produksi atau editing rekaman, rekaman yang disiarkan bersifat langsung mengudara. Sedangkan siaran *taping* merupakan siaran yang dilakukan dengan adanya editing konten siaran menjadi siaran yang diinginkan sebelum disiarkan.

1. *Taping*

Dalam siaran *taping* Phoenix radio membutuhkan tenaga kerja yang memiliki kreatifitas, disini *taping* tidak hanya dilakukan di dalam ruangan tetapi di dalam event-event besar. Siaran ini dilakukan karena ketidak mungkinan kondisi untuk melakukan siaran *live*. Sehingga perlu memerlukan pengelolaan konten tersebut untuk dapat dijadikan siaran yang sesuai keinginan.

Dalam *Taping* sendiri memerlukan unit kerja untuk membuat siaran di mana unit kerja ini bekerja untuk mendapatkan bahan lalu melakukan mengelola bahan tersebut dengan mengedit.

Unit kerja dalam siaran *Taping* ini ialah :



3.1 Susunan Pekerja Kreatif di Radio Phoenix radio FM (*Taping*)

Dari diagram diatas berisikan unit pekerja dalam meelakukan pembuatan konten radio siaran Phoenix FM. Disitu menjelaskan bahwa seluruh elemen mencari ide dengan melakukan rapat bersama untuk mendapatkan konten dan ide yang di inginkan tidak terkecuali progmram director dan state manager. Ketika ide telah terkumpul hal ini akan disahkan atau disetujui oleh program director dan state manager bersama lalu konten tersebut akan dibawa oleh script writer setelah melalui script writer ini kontendibawa oleh tim produksi, dan berlanjut ke penyiar.

Dalam siaran *taping* memerlukan komponen-komponen dalam membuat konten. Komponen-komponen ini merupakan

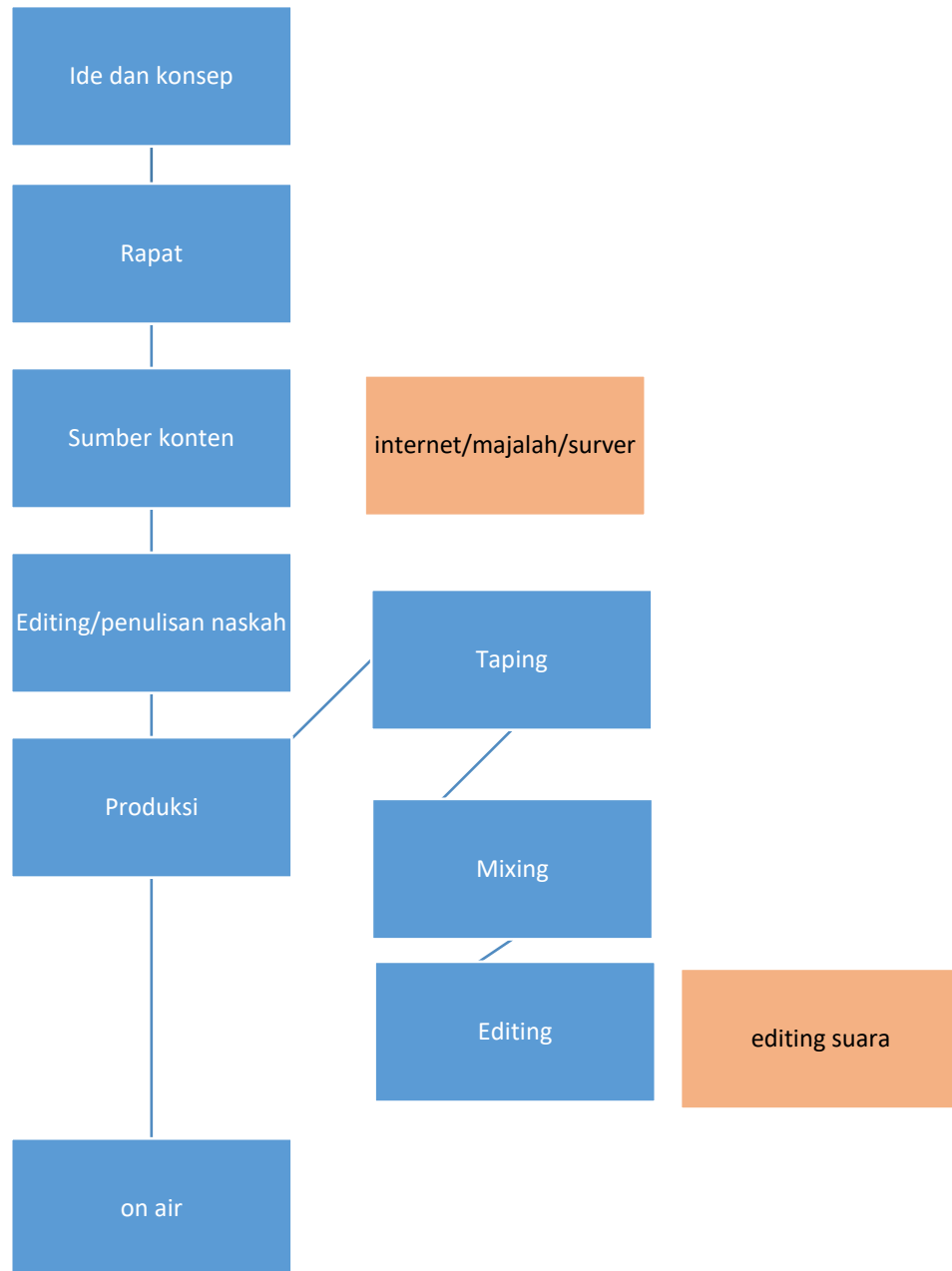
alat penunjang keberhasilan dalam membuat konten atau materi siaran *taping*. Komponen-komponen tersebut ialah

1. Komputer. Merupakan alat untuk mengedit, menyimpan data rekaman. Komputer digunakan oleh tim produksi untuk mengedit hasil rekaman siaran di luar ruang maupun di dalam ruang. Untuk menambahkan efek-efek musik dalam siaran, bagian produksi menggunakan software edit bernama cool edit pro.
2. Mixer. Untuk mengatur suara penyiar saat melakukan siaran *taping*. Mengatur volume tinggi rendah agar tidak pecah saat disiarkan.
3. Microphone, merupakan alat untuk menerima suara dan menyalurkannya kedalam komputer
4. Stand Microphone, merupakan alat untuk menahan mic agar dapat diposisikan sesuai keinginan penyiar.
5. Speaker Monitor, merupakan alat untuk mengetahui seberapa besar frekuensi suara, nada, dan kata-kata yang di keluarkan penyiar.
6. Pesawat hybrid, merupakan alat untuk menampung audio yang masuk lalu di distributorkan ke mixer untuk di edit.
7. Rak distributor, merupakan alat untuk menyimpan hasil rekaman-rekaman yang ada, lebih dikenal podcast.

Komponen-komponen diatas merupakan alat yang digunakan oleh radio Phoenix FM dalam membuat siaran *taping*. Komponen-komponen tersebut saling berkaitan untuk mengolah bahan siaran.

Dalam membentuk siaran *taping* pengolahan bahan konten berbeda dengan *live* atau *on air*. Konten perlu melalui tahapan yang lebih panjang dengan beberapa editing. Tahapan-tahapan konten tersebut ialah :

3.2 Urutan Proses Kreatif Radio Phoenix radio FM (*Taping*)



Tahapan konten diatas menjelaskan bahwa ide yang di dapat dan dikonsepskan dirapatkan bersama, dilanjutkna mencari

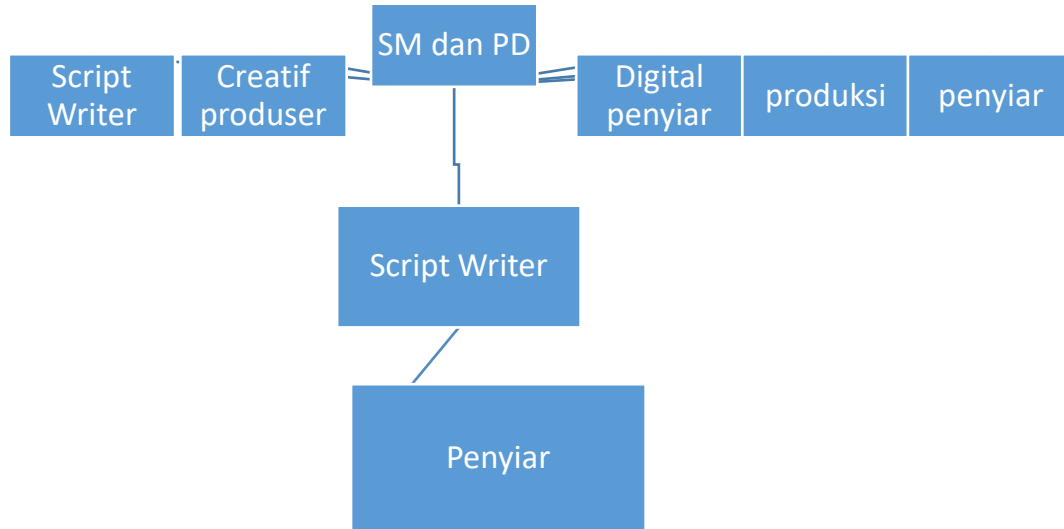
bahan-bahan konten siaran, bahan-bahan bisa didapat dari internet, majalah, dan survei lainnya. Ketika bahan didapat sesuai dengan yang dirapatkan, lalu diserahkan kepada scriptwriter, setelah dikelola di teruskan kepada tim produksi untuk membuat *taping*, disana dilakukan *Taping*, Mixing, dan editing suara. Setelah bahan jadi lalu disiarkan.

2. *On Air* atau *Live*

Siaran *live* merupakan siaran langsung yang dilakukan oleh penyiar dengan narasumber langsung tanpa mengedit isi siaran. Berbeda dengan *taping*, siaran *live* disini memiliki karakteristik di mana pendengar dapat berinteraksi dan dapat didengar dengan penyiar. Dalam siarannya interview artis contohnya, di Phoenix siaran ini berbentuk *live* di mana menghadirkan narasumber dalam siarannya. Hal ini sesuai dengan wawancara berikut

“kadang kan di beberapa program sering adanya interview artis, nah itu konsepnya beda lagi kadang, jadi dalam artian, jadi konten didalamnya akan berubah gitu.(Hasil wawancara dengan Ovi selaku tim kreatif Phoenix radio FM, 15 November 2017)

Interview artis merupakan salah satu insert siaran langsung dengan memerlukan persiapan didalamnya, tetapi tidak serumit *taping* dalam proses pembentukan konten siarannya. Hanya tetap memerlukan kreatifitas dalam pembentukannya, di mana karena hal ini dapat mempengaruhi pendengar. Sehingga itu pekerja kreatif radio menjadi faktor keberhasilan siaran tersebut. Seperti yang di singgung bahwa unit kreatif tersebut ialah:



3.3 Susunan Pekerja Kreatif di Radio Phoenix radio FM (*Live*)

Perbedaan dengan *taping* diatas tidak menggunakan tim produksi karena tahapan yang berbeda, di mana siarannya tidak memerlukan *taping*, dan editing sehingga naskah yang diterima langsung disiarkan oleh penyiar.

Hal ini juga berlaku kepada narasumber ketika narasumber digunakan saat *on air* atau *live*. Narasumber telah berkoordinasi kepada tim siaran di mana ada bagian-bagian yang boleh ditanya dan ta boleh ditanya saat siaran berlangsung. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut

“ biasanya kita nanya dulu, dan kita punya pakem-pakemnya untuk apa sih yang akan dibahas. Dan itu sudah disetujui oleh narasumbernya”. (Hasil wawancara dengan Marta Gorla selaku Host di Phoenix FM, 15 November 2017).

Di siaran *live* Phoenix FM jarang terjadi miss saat siaran mengenai konten yang dipilih dikarenakan mekanisme pencarian ide dan konten hampir dilakukan oleh host, berbeda dengan radio lain. Host disini ikut berperan besar dalam

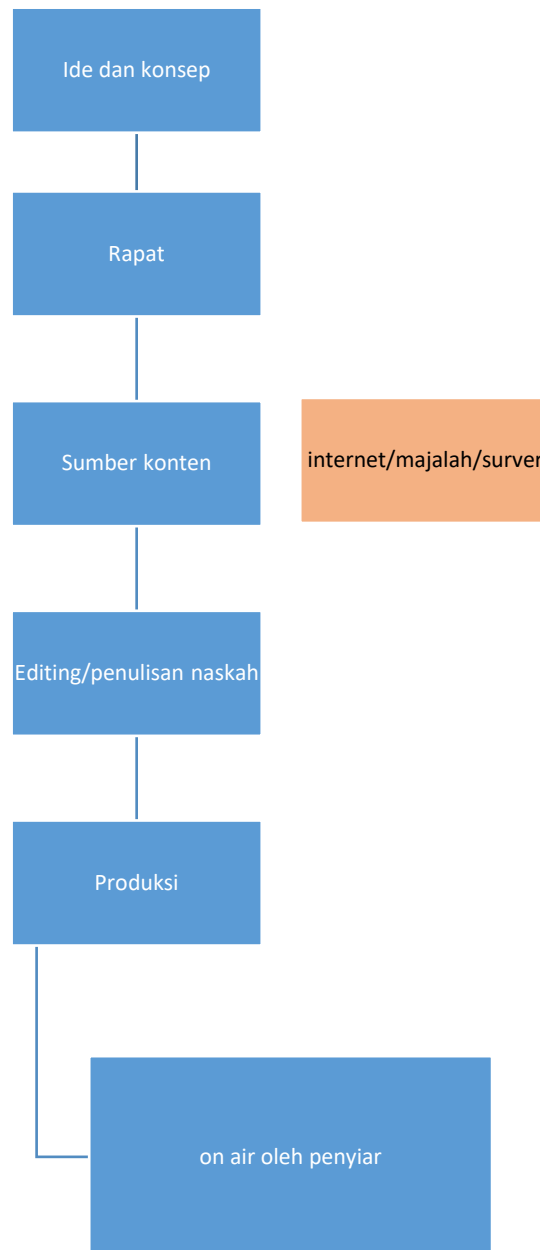
menyampaikan aspirasi ide dan konten yang akan ia siarkan, tidak luput dengan persetujuan dari Program Direkur dan State Manager. Hal ini mempermudah host untuk mengurangi kesalahan dalam menyampaikan siarannya karena kematangan materi yang dimiliki.

Komponen dalam proses siaran *live* di radio Phoenix FM ini menggunakan alat yang sama dengan saat *taping* tetapi berbeda cara penggunaan, di mana proses *taping* dihilangkan. Sehingga komputer untuk *taping* tidak digunakan dan beberapa kegunaan mixer dan cool edit pro tidak digunakan. yang berada dalam ruangan siaran tersebut adalah

1. Komputer, komputer disini digunakan untuk membaca isi siaran.
2. Sofa panjang, fasilitas yang diberikan oleh Phoenix untuk menjamu tamu seperti narasumber, artis, dll.
3. Meja, untuk menaruh makanan dan minuman untuk narasumber.
4. Michropon, digunakan untuk berbicara oleh penyiar dan narasumber
5. Stand Michropon, digunakan untuk menopang Michropon
6. Mixer, digunakan untuk mengganti switch control saat berbicara 2 arah.
7. Headphone, untuk mendengar suara dari penyiar dan narasumber. Sebagai monitoring kata-kata yang diucapkan saat siaran.

Dalam proses isi siaran *live* Phoenix FM menentukan tidak jauh berbeda dengan *taping*. Di mana proses ini dimulai dengan mengumpulkan ide dan konsep untuk dirapatkan, setelah dirapatkan secara formal maupun unformal, keputusan ditetapkan pihak-pihak yang bersangkutan mencari konten-

konten melalui internet, majalah, survei, dll sebagai referensi, lalu bahan tersebut di serahkan kepada *scriptwriter* untuk di oleh dan dibuat naskah jadi lalu diserahkan kepada penyiar untuk disiarkan. Hal ini sesuai dengan diagram dibawah ini.



3.4 Urutan Proses Kreatif Radio Phoenix radio FM (*Live*)

c. Proses Pasca Produksi

Proses ini merupakan tahapan akhir sebuah produksi dilakukan. Di mana Tahapan ini radio Phoenix melakukan evaluasi dan rapat untuk memperbaiki dan melanjutkan pembahasan tema selanjutnya setelah siaran tersebut dimulai. Dalam Phoenix FM rapat dilakukan hampir setiap hari dengan rapat besar seluruh internal dan program dilakukan satu bulan sekali. Rapat dilakukan dengan tujuan untuk mencapai dan menemukan jalan keluar dari masalah yang dialami, serta meminimalisir akan terjadinya miss komunikasi antara pekerja satu dengan pekerja yang lainnya. Hal ini dapat membuat terjadinya proses brainstorming yang berlangsung radio ini. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut ini

“pasti kita selalu evaluasi sebelum dan sesudah, sebelum itu adalah sebelum dilakukannya game tersebut atau tantangan tersebut kita bicarakan dulu. Baik penyiar maupun PD setelah Produser. Kalau ternyata tidak bisa berarti ada kekurangan konsep, kita cari tahu kekurangan dan kelebihan dan kita cari jalan keluarnya”. (Hasil wawancara dengan Mas Doddy selaku Program Direktur dan Penyiar di radio Phoenix, 15 November 2017).

Di Phoenix rapat tidak seperti rapat-rapat pada umumnya, di mana rapat disini lebih terkesan santai dengan tidak berpusat pada satu ruangan saja tetapi terkadang rapat disini dapat dilakukan di banyak tempat.

d. Kreatifitas Radio Phoenix

Kreatifitas dalam program “*Fruit Tea* ini Indonesia’ stasiun radio phoenix ialah memiliki insert-insert didalam siarannya, di mana insert ini merupakan sub judul dari program siaran tersebut. Dalam insert-insert tersebut tergabung dalam siaran *taping* dan *live*. Di mana beberapa insert *taping* seperti cerita sore yang merupakan bagian dari insert tersebut yang berisikan quote yang mengandung pesan moral. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut ini

“ada seleb news itu informasi selebriti terupdate, good news (berita-berita terbaik dari dalam negeri), banyak sih sebenarnya. ada psikologi itu bagaimana menebak kepribadian seseorang dari apa yang mereka pilih, jadi gini kita punya semacam challenge buat mereka, kamu pilih abc atau d ada optionnya, nanti kita menebak kepribadian mereka, trus klo sore, ada cerita sore. Cerita sore itu adalah sebuah cerita yang disampaikan oleh penyiar yang sudah di *taping* itu direkam nanti ada quotes terakhir, pesan moralnya apa. Oke, tetapi disamping itu juga kita punya PGP”. (Hasil wawancara dengan Mas Doddy selaku Program Direktur dan Penyiar di radio Phoenix, 15 November 2017).

Selain itu konsep kreatif yang ditetapkan oleh phoenix dalam insertnya adalahnya berkonsep talkshow di mana penyiar dalam menyampaikannya dalam bentuk sebuah obrolan. Siaran disini tidak berbentuk seperti siaran pada umumnya yang bersifat menggurui atau hanya berbicara saja kepada pendengar, tetapi menggunakan penyiar lain untuk membalas setiap dialog yang disampaikan oleh penyiar pertama. Hal ini seperti yang disampaikan dalam wawancara.

“disini talkshow, talkshow itu adalah obrolan, sesuai dengan tagline *fruit tea* banyak sensasinya, jadi penyiar menyampaikannya pun cheerful, ceria, informatif, tidak menggurui, tapi konsepnya talkshow, dialog, cecah.”(Hasil wawancara Mas Doddy selaku Program Direktur Phoenix radio FM, 15 November 2017)

Hal ini akan menarik minat dari pendengar karena seperti kita mendengar sebuah perbincangan dengan. Hal ini juga mampu membuat apa yang disampaikan oleh penyiar satu dapat tersalurkan dengan bantuan penyiar dua dengan mendukung opini atau konten yang dibahas penyiar satu, begitu juga sebaliknya.

Kreatifitas lainnya, pihak radio Phoenix FM dalam menampilkan siaran yang mengundang pihak luar atau narasumber dalam mengiklankan mereka, para tim kreatif membalutnya dengan sebuah permainan/*games*. *Games* disini merupakan cara mereka untuk

menyajikan sebuah siaran yang berbeda. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut

“jadi kalo disini aku sih sama temen-temen, kita itu pengen mengcrate sesuatu 70% kita main games, 30% kita akan bertanya tentang careernya, tapi di 70% game itu gak lepas dengan promonya itu, jadi kita dari game itu kita bisa ambil value tapi dibuat lebih unik, lebih asik, jadi pendengar pun selama ini feedback juga bagus, ya, banyak yang suka lah, khususnya orang-orang label, artisnya sendiri pun di intertain kayak gitu tu jadi happy, kayak gitu sih menurut ku”. (Hasil wawancara dengan Ovi selaku produser/tim kreatif Phoenix radio FM, 15 November 2017).

Selain itu juga menggunakan devisi digital untuk menyiarkan siaran yang telah disiarkan dalam konteks ini adalah siaran yang melibatkan bintang tamu, tim digital dengan produser mengolah siaran mereka dengan menampilkan bintang tamu untuk meng-cover lagu dan disiarkan dalam media sosial dan membuat games tebak lagu bareng artis. Hal ini membuat pendengar setia radio phoenix tetap *up to date* dengan siaran ini. Seperti hasil wawancara berikut ini.

“kalo untuk tim digital, kalo konten yang ada artis itu sebelumnya udah dikasi tau kalo ada artis A, jadi dari tim digital bakalan produksi promo, “jadi bakalan ada artis A nih yang nanti datang ke phoenix radio di *Fruit tea* ini Indonesia jam 16.00, jadi pendengar itu bakal “oke, aku mau denger ah artis ini” jam 16.00 jadi kita buat materinya jadi bakal kita blas di social media jadi jadi pendengar itu bakal “oke, aku mau denger ah artis ini jam 16.00 mereka mau bawain apa aja” nah nanti setelah artisnya sudah datang, interview, main game atau apa, nanti dari team digital bakal produksi juga post video, jadi kita juga ada konten youtube kan, itu nanti dari pendengar yang gak denger bisa nonton rekaman interviewnya itu di youtube, kita bakal buatin videonya gitu” (Hasil wawancara dengan Dipa selaku tim digital dan kreatif).

2. D'Oz Radio Bali

D'Oz Bali FM yang merupakan radio di Bali di mana mereka memiliki siaran Sore Santai yang bersifat hiburan informatif.

Dalam penelitian siaran Sore Santai yang dimiliki oleh D'Oz Bali FM, peneliti menemukan beberapa tahapan proses kreatif seperti di bawah ini:

a. Proses Pra Produksi

1. Tim Kreatif Mencari Ide Siaran

Radio D'Oz Bali FM memiliki tim kreatif dalam siaran Sore Santai di mana siaran ini merupakan siaran yang memiliki seluruh insert dari dibandingkan dengan siaran-siaran yang tayang pada jam lainnya. Tim pekerja kreatif mencari ide dan konten melalui internet.

Kelayakan sebuah konten bertujuan dengan ide yang disusunnya. Layak atau tidaknya konten yang di dapat akan mempengaruhi naskah yang akan di kerjakan. Oleh karena itu kelayakan konten dan ide menjadi acuan untuk keberhasilan konten. Cara menentukan kelayakan di radio D'Oz Bali FM dengan cara mengundat orang dengan umur yang berbeda, tingkatan kelas yang berbeda, dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk questioner kepada mereka. Dengan memeberikan pertanyaan kepada para sample membuat D'Oz Bali FM mengetahui apa yang disukai oleh pendengar dan mengetahui ranah yang akan di tuju.

Dengan membaca dan mencari tahu di internet membuat tikm kreatif mengetahui materi yang ingin disampaikan. Hal ini sesuai dengan wawancara berikut

“yang pasti baca sih, memang ozers sekarang sudah pegang internt tapi kalau dia dengerin radio otomatis kemasan materi tersebut akan berbeda”(Hasil Wawancara

dengan Mba Arumdwinia selaku Produser dan Tim kreatif, 03 Desember 2018)

Disini berbeda dengan radio Phoenix dengan memiliki mekanisme Produser, tim kreatif, dan penyiar yang memiliki ranah yang berbeda dalam menentukan ide. D'Oz Bali FM memiliki tim kreatif yang bertugas untuk mengumpulkan ide di mana ia mengambil konten dari internet. Dalam mengambil konten materi siaran radio ini juga melihat beberapa aspek pendengar di mana aspek ini menjadi sudut ukur materi yang diangkat.

2. Tim Kreatif Mengelola Ide Konten

Setelah ide dapat dalam rapat maka tim menjalani tugas masing-masing. Karena produser dan tim kreatif disini dilakukan oleh satu orang. Tim kreatif setelah menggali informasi-informasi yang akan disiarkan sesuai ide maka hal yang akan dilakukan adalah menggantinya sebagai naskah utuh di bantu dengan masukan-masukan yang ada dari penyiar dan temen-temen D'Oz. setelah Ide yang di olah tadi selesai maka akan di koreksi kembali oleh Program Direktur. Ketika ada yang tidak sesuai dengan keinginan PD maka akan dilakukan revisi ulang. Tim kreatif bekerja sama dengan tim produksi di mana sesuai dengan arahan tim kreatif untuk membuat suara-suara atau bumper yang diinginkan. hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut

“kalo kreatif lebih menggali, mengeksplor materi-materi yang bisa ditampilkan, nah nanti ketika ada perlu produksi, misalnya harus ada bumper, harus ada cutting-cutting, harus diserahkan ke tim produksi dengan arahan tim kreatif”
(Hasil Wawancara dengan Mba Jasmine Samara selaku Program Direktur, 03 Januari 2018)

Dalam radio D'Oz Bali produser di bantu oleh penyiar dalam membuat naskah siaran di mana naskah tersebut yang nantinya akan di serahkan kepada Program Direktur.

Tidak jauh berbeda dalam konsep siaran *Fruit Tea* ini Indonesia radio Phoenix radio FM, Sore santai juga mengangkat konsep siaran yang ringan di mana bertujuan untuk menyampaikan siaran radio tersebut membuat pendengar mendengarkan siaran yang tidak memberatkan dalam proses mencerna.

b. Proses Produksi

Proses Produksi merupakan proses lanjutan dari pra produksi khususnya setelah ide dan konten didapat. Dalam memproduksi siaran radio memiliki tahapan dan alat untuk membuatnya.

Walau dengan kru yang bisa dikatakan tidak banyak, radio D'Oz Bali FM disini tidak pernah menggunakan jasa pihak ketiga dalam membuat konten materi. Dengan memiliki kru yang relatif sedikit menjadikan pekerja radio ini memiliki ekstra kerja. Hal ini juga dapat dilihat dengan adanya investor yang mendanai siaran Sore Santai.

D'Oz Bali FM menggunakan musik dengan sistem rotation, di mana musik yang disiarkan banyak pada tahun 2000an hingga 2005. Karena usia pendengar ada 35 tahun, D'Oz Bali FM tetap menyiarkan musik yang saat itu hits pada masa mereka.

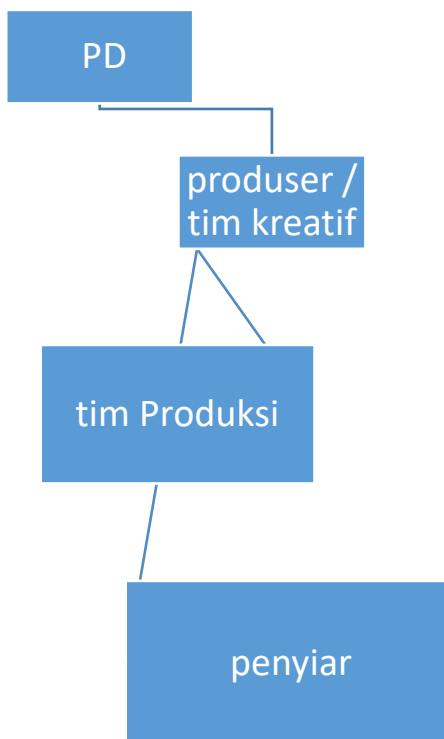
Proses produksi radio dalam siaran Sore santai dibagi menjadi 2 bagian, bagian yang pertama adalah *taping*, di mana *taping* merekam proses penyiaran melalui editan dan diteruskan dengan disiarkan. Sedangkan *Live* merupakan

siaran yang dilakukan secara langsung. *Taping* dilakukan bila konsep siaran dirasa sulit dan beberapa kondisi.

1. *Taping*

Taping merupakan siaran yang ditunda dengan tujuan untuk memperbaiki dan memaksimalkan siaran. Di dalam D'Oz radio Bali, marketinf memberikan kebebasan untuk mengubah siaran *on air* menjadi siaran *off air* di mana pihak sponsor yang ingin mengiklankan dirinya dapat memilih siaran yang diinginkan dengan bantuan editing akan menjadi siaran yang diinginkan.

Pekerja kreatif sangat diperlukan dalam membentuk siaran *taping* oleh karena itu disini pekerja kreatif sangat berperan dalam membentuk siaran *taping*. Ada pun susunan pekerja kreatif yang ikut andil dalam siaran *taping* tersebut.



3.5 Susunan Pekerja Kreatif di Radio D'Oz Bali FM (*Taping*)

Bagan diatas menunjukan unit kreatif di mana Program Direcktur sebagai head unit dalam siaran ini, dan ada produser sebagai tim kreatif yang bertujuan untuk mencari informasi materi, dibantu oleh penyiar dalam membentuk naskah siaran *taping*, lalu di kelolah oleh tim produksi untuk di olah, dan diserahkan kembali kepada penyiar.

Dalam radio D'Oz Bali FM memerlukan fasilitas untuk membuat siaran *taping* di mana fasilitas ini merupakan alat yang disediakan oleh pemilik radio. Dalam siaran radio *taping* dasilitas yang di gunakan untuk membuat siaran adalah.

1. Komputer. Merupakan alat untuk mengedit, menyimpan data rekaman. Komputer digunakan oleh tim produksi untuk mengedit hasil rekaman siaran di luar ruang maupun di dalam ruang. Untuk menambahkan efek-efek musik dalam siaran, bagian produksi menggunakan software edit bernama cool edit pro.
2. Mixer. Untuk mengatur suara penyiar saat melakukan siaran *taping*. Mengatur volume tinggi rendah agar tidak pecah saat disiarkan.
3. Microphone, merupakan alat untuk menerima suara dan menyalurkannya kedalam komputer
4. Stand Microphone, merupakan alat untuk menahan mic agar dapat diposisikan sesuai keinginan penyiar.
5. Speaker Monitor, merupakan alat untuk mengetahui seberapa besar frekuensi suara, nada, dan kata-kata yang di keluarkan penyiar.
6. Pesawat hybrid, merupakan alat untuk menampung audio yang masuk lalu di distributorkan ke mixer untuk di edit.

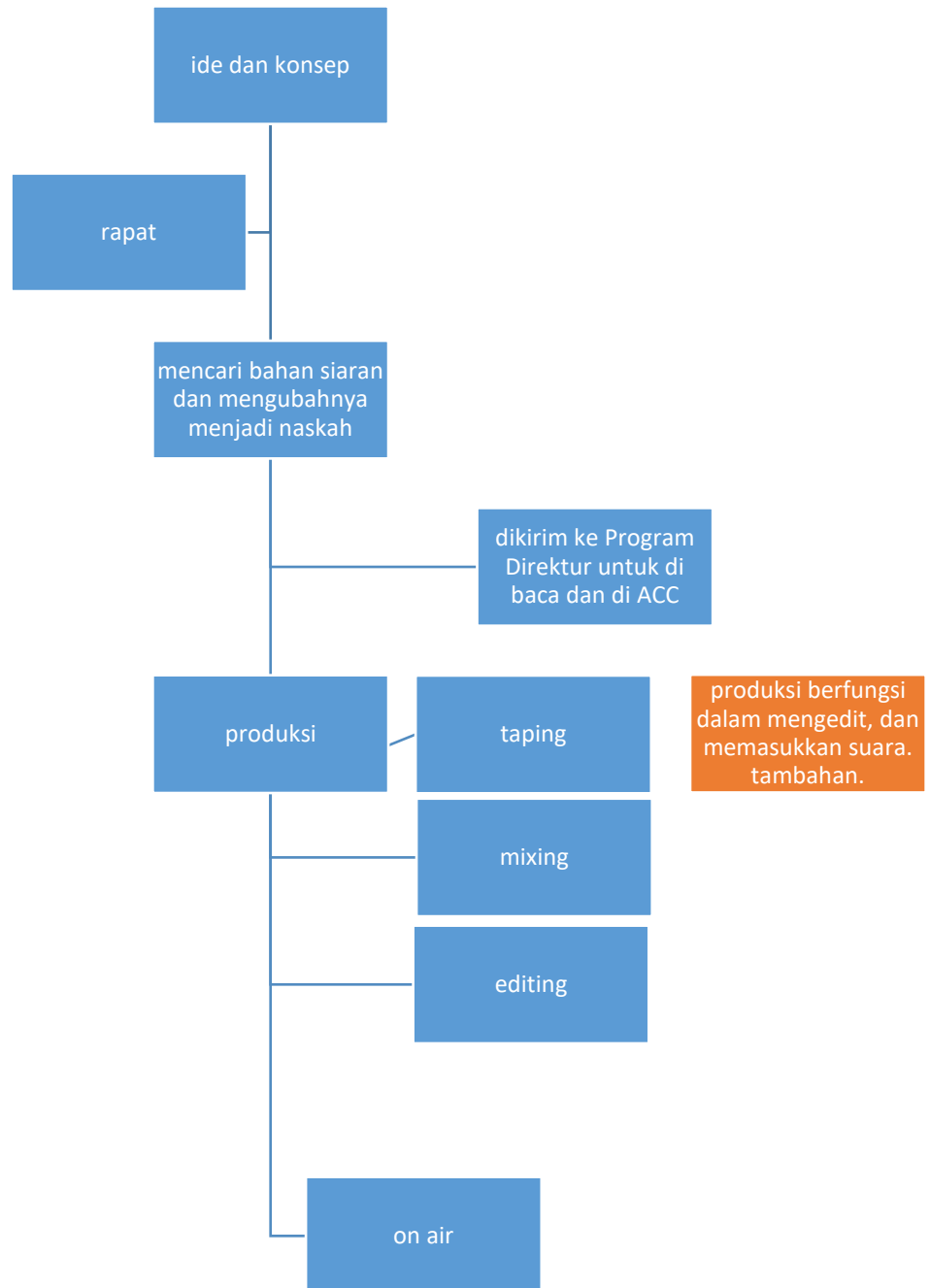
7. Rak distributor, merupakan alat untuk menyimpan hasil rekaman-rekaman yang ada, lebih dikenal podcast.
8. Ruangan untuk melakukan *taping*, pembuatan musik dan lainnya.

Ide yang telah dikumpulkan oleh tim produksi akan dirapatkan secara internal, di manan rapat yang dijalannya radio D'Oz Bali FM dilakukan sambil duduk-duduk santai dengan ngobrol-ngobrol. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut ini

“ biasanya kita meeting, tapi meeting sambil duduk, merokok, sambil ngobrol, kita gak ada yang meeting kaku banget, kecuali meeting besar dengan semua staff, kalo meeting dengan anak kreatif dibatasi ruang dan waktu nanti justru susah mikir kan.” (Hasil Wawancara dengan Mba Jasmine selaku Program Direktur, 03 Januari 2018)

Hal ini menjelaskan bahwa keputusan ide yang diambil lebih terkesan fleksibel di mana kapan pun waktu yang dibutuhkan untuk berbicara ada kapanpun saat jam kerja berlangsung.

Proses perjalanan ide dari tahapan konten sebelum disiarkan hingga disiarkan sebagai berikut



3.6 Urutan Proses Kreatif Radio D'Oz Bali FM (*Taping*)

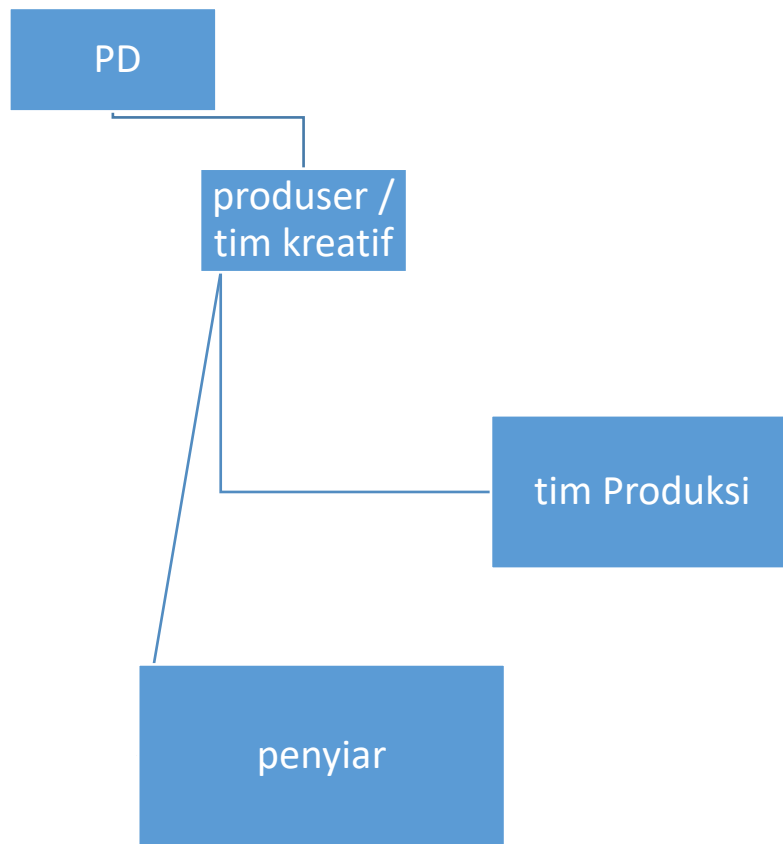
2. *Live*

Tidak hanya *taping*, D'Oz Bali FM sering melakukan siaran *live*, di mana siaran ini dilakukan dengan tahapan langsung tanpa proses mengedit isi siaran, siaran ini dimonitoring oleh penyiar langsung dengan beberapa kru yang ada untuk menggunakan alat mixer sebagai pengganti saat iklan dan penyetelan musik.

D'Oz Bali FM sering menggunakan istilah siaran mendarat untuk siaran mereka yang dilakukan di luar ruangan, tidak hanya event, siaran ini bersifat langsung dan *taping*, di mana siaran langsungnya merupakan siaran yang di mana para kru membuat siaran liputan tempat yang di sponsori, seperti kafe, rumah makan, dll. Disana mereka akan menyiarkan kegiatan, dan memberikan kuis ke pendengar, siaran ini juga merupakan berisikan siaran *taping*, seperti musiknya, slogannya, iklannya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut

“Nah siaran mendarat itu biasanya kita di support oleh salah satu tempat terus kita akhirnya siarannya *live* disitu dengan penyiar dan produsernya juga beserta semua crew lah disitu jadi siaraanya tetep dari jam 6-7 Cuma dia *live* di café menggunakan koneksi internet biasanya pakai wifi” (Hasil Wawancara dengan Mba Arumdwinia selaku Produser dan Tim kreatif, 03 Desember 2018)

Dalam siaran *live* di dalam memiliki pekerja kreatif, di mana pekerja kreatif ini berfungsi untuk menjalankan tugasnya sebagai mana mestinya. Pekerja kreatif itu adalah



3.7 Susunan Pekerja Kreatif di Radio D'Oz Bali FM (Live)

Tidak berbeda dengan siaran *taping*, disini kru-kru diatas merupakan pekerja kreatif yang melakukan tugasnya masing-masing. Disini tugas produksi lebih sedikit dibanding dengan yang di *taping*, karena saat proses *taping* disini produksi hanya bergerak sesuai keinginan dari produser. Ketika produser butuh sesuatu hal yang mendesak, bagian produksi akan bergerak.

Alat-alat yang digunakan untuk melakukan siaran *live* adalah

1. Komputer, komputer disini digunakan untuk membaca isi siaran.

2. kursi panjang, fasilitas yang diberikan oleh D'Oz Bali FM untuk menjamu tamu seperti narasumber, artis, dll.
3. Michropon, digunakan untuk berbicara oleh penyiar dan narasumber
4. Stand Michropon, digunakan untuk menopang Michropon
5. Mixer, digunakan untuk mengganti switch control saat berbicara 2 arah.
6. Headphone, untuk mendengar suara dari penyiar dan narasumber. Sebagai monitoring kata-kata yang diucapkan saat siaran.

Diatas merupakan fasilitas yang di berikan oleh D'Oz Bali untuk melakukan siaran *live*. Beberapa tahapan konten yang terjadi saat *live* ialah



3.8 Urutan Proses Kreatif Radio D'Oz Bali FM (Live)

c. Proses Pasca Produksi

Pasca produksi merupakan proses yang dilakukan oleh tim kreatif untuk mengevaluasi siaran yang dilakukan. Biasanya proses ini dilakukan untuk mencari tahu kesalahan yang dilakukan oleh tim pekerja dan penyiar saat siaran, dan mencari tahu kekurangan dari siaran tersebut. Untuk mengetahui evaluasi yang dilakukan D'Oz Bali FM ialah, mereka melakukan evaluasi sesuai dengan respon dari pendengarnya, evaluasi yang dilakukan dengan melihat respon media sosial, respon di line, dan di telpon. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut.

“kalo kita evaluasi liat dari respon pendengar biasaya, ama topik-topik yang disampaikan itu responnya bagaimana, respon di media sosial, atau respon di line telpon, jumlah streaming, jadi kita evaluasi base on itu. Ada aplikasinya streamingnya untuk melihat jumlahnya”(Hasil Wawancara dengan Mba Jasmine Samara selaku Program Direktur D'Oz Bali FM, 03 Januari 2018)

Tidak hanya dari situ, pihak D'Oz memanfaatkan jasa streaming dengan melihat jumlah yang streamig. Ketika mengetahui itu pihak D'Oz melakukan rapat secara internal dengan berbincang-bincang dan mengobrol di tempat-tempat yang disediakan oleh pihak D'Oz radio Bali.

Dalam memperbaiki siaran juga tim kreatif meminta masukan kepada teman-teman yang ada disekitar lokasi. Dan beberapa masukan yang datang dari narasumber dan orang luar untuk membangun siaran.

d. Kreatifitas radio D'Oz Bali FM

Kreatifitas yang ada dalam radio D'Oz Bali FM ialah memiliki insert insert dalam penyiarannya. Di mana salah satu insert tersebut berbeda-beda setiap hari senin hingga jumat. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut.

Setiap hari senin aja, terus setiap hari selasa kita ada spot on namanya, berita yang paling unik, yang menginspirasi juga dari negara-negara, dari benua asia, eropa, amerika, contoh misalnya “ di dubai ada pesawat pelayannya kayak hotel” fakta-faakta itu sebenarnya kan gak semua orang taukan, maksudnya, maksudnya Ozers kita gak selalu liat internet kan. Terus kalo hari rabu, namanya viral, jadi ngebahas hal” yang viral, hari kamis kita balik lagi ke spot on, terus kalo jumat kita weekend goal, weekend goal itu kayak kasi tau ke Ozer “ ini loh tempat yang wajib kamu datengin pas liburan” gitu, atau hal-hal unik tentang misalnya “di dubai kamu bisa main flying fox dari pencakar langit” gitu, itu termasuk weekend goals, karena kan mungkin ada Ozers yang bakalan ke Dubai gitu, bisa jadi referensi kan kayak gitu, trus yang terakhir itu yang Bali update itu yang di sponsorin sama Balu united, jadi selama setahun kita ngebahas tentang Bali united. (Hasil wawancara dengan Mba Disepta selaku Produser D'Oz Bali FM, 03 Januari 2018)

Seperti wawancara diatas, terlihat bahwa salah satu insert seperti di hari senin ada insert *inspiring people*, selasa ada insert *sport on* dan di hari rabu ada viral, sedangkan untuk kamis dilakukan pengulangan spot on dan di hari jumat ada weekend goal.

Kreatifitas lainnya dari radio D'Oz Bali adanya strategi penyiaran yang menggunakan wilayah *outdoor*. Siaran ini dinamakan siaran mendarat. Siaran yang dilakukan langsung di lokasi yang telah diberikan oleh penseponsor, atau orang yang ingin mengingklankan siarannya. Di dalam siaran ini penyiar memberikan pertanyaan kepada pengunjung dan

Ozers(pendengar Oz) untuk menarik peminat agar mendengarkan siarannya lagi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara

“Terus kita keluar juga *off air* atau istilah yang kita sebut siaran mendarat. Nah siaran mendarat itu biasanya kita di support oleh salah satu tempat terus kita akhirnya siarannya *live* disitu dengan penyiar dan produsernya juga beserta semua crew lah disitu jadi siaraanya tetep dari jam 6-7 Cuma dia *live* di café menggunakan koneksi internet biasanya pakai wifi. Nah kalau dulu kita masih kaya narik kabel tapi sekarang udah lebih modern dengan wifi . terus biasanya kalau siaran itu kan satu cut naik lagu 4 biasanya nanti dilagu itu kita ada lagi untuk *off air* dan biasanya ada bagi bagi hadiah disitu kan pasti ada ozers dan tamu tamu , biasanya kita kasi quiz nah disitu sih bagian dari *off air*nya. Terus kita sampaikan kita lagi *live* loh di café ini, nah sebenarnya ini juga bagia dari marketingnya sih”. (Hasil wawancara dengan Mba Disepta selaku Produser D’Oz Bali FM, 03 Januari 2018).

**3.1 Tabel Proses Kreatif Radio Phoenix radio FM dan D’Oz
Bali FM (*Taping dan Live*)**

	Program “ <i>Fruit Tea</i> ini Indonesia” Phoenix radio FM	Program “Sore Santai” D’Oz Bali FM
Pra Produksi	Mengumpulkan ide dengan dirapatkan bersama dan diputuskan oleh PD dan SM, seluruh pekerja dapat memberikan masukan tanpa terkecuali penyiar	Mengumpulkan ide dan dirapatkan bersama diputuskan oleh PD
Produksi	- Untuk program <i>Taping</i> , setelah keputusan ide, tim mencari bahan konten siaran, di mana setelah	- Untuk Program <i>Taping</i> , setelah rapat, Produser mencari konten bahan materi, di mana setelah konten di dapat lalu di

	konten dikumpulkan lalu di proses oleh <i>scriptwriter</i> menjadi naskah. Setelah naskah jadi, proses <i>taping</i> dilakukan oleh tim produksi dan penyiar, di mana melalui proses, <i>taping</i>, mixing, editing dan dilanjutkan <i>on air</i> - Untuk Program <i>Live</i>. Prose Produksi khususnya <i>Taping</i> tidak digunakan, karena setelah naskah jadi diteruskan kepada penyiar dan langsung <i>on air</i>	buat naskah dengan dibantu penyiar, setelah naskah jadi di kirim ke Program Direktor untuk di baca, setelah di acc, dilanjutkan ke tahap produksi yang berisikan <i>taping</i>, mixing, editing. - Untuk <i>Live</i>, tidak melalui tahapan <i>taping</i>. Tetapi langsung disiarkan setelah naskah di setuju oleh Program Direktor.
Pasca Produksi	Melakukan evaluasi setelah proses penyiaran berlangsung dengan melihat kesalahan-kesalahan yang terjadi. Lebih kepada konten yang di evaluasi. Evaluasi dilakukan setiap hari. Rapat evaluasi besar dilakukan dalam 1 bulan	Melakukan evaluasi dengan melihat respon pendengar melalui hasil streaming. Melihat respon melalui telepon, line, dan media sosial. <i>Sharing</i> pendapat konten, dan memperbaiki konten

	sekali dengan seluruh program yang ada di radio Phoenix radio FM	dengan matang siaran selanjutnya.
--	--	-----------------------------------

B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kreatif dalam Radio Phoenix Radio FM dan Radio D'Oz Bali FM.

Peroses Kreatif pada umumnya ada dalam proses siaran langsung dari radio Phoenix FM dan D'Oz Bali FM. Di mana hal ini dapat dilihat dengan proses kerja dari pihak-pihak kreatif. Proses kreatif timbul ketika proses pra acara hingga pasca acara berlangsung. Di mana proses penyiaran radio menjalankan proses kreatif di dukung oleh faktor-faktor yang mendukung proses kreatif. Selain itu juga adanya faktor-faktor yang menghambat proses kreatif berlangsung. Peneliti akan menjabarkan bagaimana faktor-faktor tersebut mempengaruhi proses kreatif yang didapat melalui wawancara.

1. Phoenix Radio FM

Pada penelitian ini peneliti menemukan beberapa faktor yang menjadi pendukung dan penghambat proses siaran langsung melalui wawancara dan pengamata yang ada pada Phoenix radio FM. Faktor pertama yang mendukung proses kreatifnya adalah dengan mengusung konsep “Indonesia” dan didukung oleh pihak “Fruit Tea” dalam judul siaran memberikan tim pekerja kreatif suatu kebanggaan dengan itu. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut ini

“Bagus, jadi dibuatin lebih special gitu dibandingkan dengan sesi “Indonesia” aja ada bradingan dari sebuah brand itu kan membuat orang-orang berpikir lebih bagus” (Hasil wawancara dengan Mas Dipa selaku tim digital penyiaran Phoenix radio FM)

Faktor lain yang mempengaruhi proses kreatif di dalam siaran radio Phoenix yaitu pendengar yang setia dengan siaran phoenix, di mana penyiar menyukai lagu yang dipilih oleh radio phoenix. Musik Direktur yang telah

bekerja kurang lebih 15 tahun di Phoenix radio FM dan konten-konten yang ramah serta penyiar yang memiliki ikatan emosional. Karena siaran ini menggunakan 2 penyiar dan tidak semua penyiar dapat menjalankan siaran ini karena harus melalui tahap briefing dari produser dan program direktur.

Faktor yang mendukung proses kreatif di radio Phoenix radio FM adalah system rapat yang fleksibel dan dilakukan hampir setiap hari ketika ada ide akan dirapatkan dengan berbincang-bincang, tidak seperti rapat yang dilakukan perusahaan-perusahaan formal. Rapat yang dilakukan oleh tim kreatif adalah dengan duduk santai di manapun sekitar wilayah radio dan terkadang di kafe. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara

“kita meeting sambil minum fruit tea, sambil duduk, sambil ngobrol, itu bis jadi sebuah meeting, karena kalo kerja di sebuah radio mungkin lebih dituntut kreatif, kreatifitas bisa muncul anytime” (Hasil Wawancara dengan Mas Doddy selaku Program Direktur Phoenix radio FM)

Dengan tujuan mengibur masyarakat, mengedukasi mereka, serta memberikan informasi buat mereka menjadikan faktor dari pekerja kreatif radio Phoenix FM membangun konten yang bersifat edukasi.

Pekerja kreatif radio Phoenix selalu berusaha melakukan dengan segenap kemampuan dan didukung oleh pemilik radio dengan memberikan fasilitas-fasilitas yang sangat memadai di mana bentuk interior yang memiliki kesan anak muda banget, interior yang dinamis, fasilitas bebas wifi, gimmick-gimmick permainan yang disediakan serta gaji yang profesional. Sehingga tim pekerja kreatif berkoordinasi satu sama lain ketika ada penambahan atau perubahan konten. Hal ini sesuai dengan wawancara

“kita memang diciptakan dengan interior, decoration, anak muda banget, dynamis, internet bebas, gimmick-gimmick permainan disediakan sama bos, dan kita di gaji secara profesional, thats way kayak aku sendiri 14 tahun, pokoknya semua penambahan konten di phoenix radio itu

semua berkoordinasi” Hasil Wawancara dengan Mas Doddy selaku Program Direktur Phoenix radio FM)”

Adapun hal yang faktor ang menghambat proses kreatif berlangsung, di mana dalam radio phoenix peneliti melihat faktor penghambat tidak terlalu nampak. Faktor penghambat yang dialami oleh tim kreatif adalahnya kementokan ide dalam membuat siaran, tetapi tim kreatif dapat menangani hal ini dengan saling berbagi pendapat.

2. D'Oz Radio FM

Faktor yang mempengaruhi D'Oz Bali FM tidak jauh berbeda dengan yang dialami oleh Phoenix radio FM, di mana Faktor pendukung proses kreatif radio D'Oz Bali FM memiliki konsep *“learning by doing”* mempelajari apa yang dikerjakan. Karena program yang dibuat oleh tim kreatif bertujuan untuk mencari sponsor, hal ini mempengaruhi bagaimana tim kreatif membentuk program yang kreatif. Isi konten yang mengedukasi dan kedekatan penyiar dengan pendengar menjadi faktor proses kreatif.

Faktor yang mendukung proses kreatif radio D'Oz Bali FM adalah rapat yang fleksibel dengan duduk, berbincang, tanpa menggunakan keformalan memberikan ruang gerak berfikir tim kreatif. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara berikut ini.

“biasanya kita meeting, tapi meeting sambil duduk, merokok, sambil ngobrol, kita gak ada yang meeting kaku banget, kecuali meeting besar dengan semua staff, kalo meeting dengan anak kreatif dibatasi ruang dan waktu nanti justru susah mikir kan.” (Hasil Wawancara dengan Mba Jasmine selaku Program Direktur)

Faktor pendukung lainnya adalah fasilitas yang diberikan oleh pemilik D'Oz Bali FM di mana alat-alat disediakan dengan kebutuhan yang ada. Saat ini D'Oz Bali FM sedang melakukan kerja sama dengan Bali United. Hal ini dapat dilihat dengan isi siaran yang menguat tentang Bali United, di mana insert ini menjelaskan tentang Bali

United yang menjadi sponsor besar siaran Sore Santai, pihak Sore Santai memanfaatkan para fans Bali United dengan menjadikan mereka pendengar yang setia. Dengan mengambil timbal balik tersebut dapat mampu meningkatkan pendengar D'Oz Bali FM. Bentuk interior yang anak muda, suasana yang menunjukkan bahwa radio D'Oz Bali FM mengikuti mencari khaskan bahwa mendukung hobi anak muda. Wilayah-wilayah yang diberikan untuk merokok dan duduk-duduk santai juga terlihat di wilayah D'Oz Bali FM

Adapun faktor penghambat proses kreatif yang dialami D'Oz Bali FM. Kendala-kendala yang dialami D'Oz Bali FM adalah kendala saat mendapatkan voice dari pendengar, karena ada insert yang menggunakan voice pendengar. Kendala yang dialami selanjutnya adalah kendala teknis namun tim radio dapat menyelesaikan kendala dengan cepat.

**3.2 Tabel Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kreatif
radio Phoenix radio FM dan D'Oz Bali FM**

	Program “ <i>Fruit Tea</i> ini Indonesia” Phoenix radio FM	Program “Sore Santai” D'Oz Bali FM
Faktor Pendukung	- Pemilihan musik yang dilakukan oleh MD - Kedekatan emosional penyiar dengan pendengar - Kebanggaan dengan menyandang Sponsor - Konten yang mendidik dan menghibur - Sistem rapat yang flexible - Bentuk dekorasi, interior yang anak muda banget - Diberikan fasilitas bersantai dan gimmick-gimmick untuk menghibur pekerja dan mendapatkan ide. - Gaji secara profesional	- Musik yang universal - Kedekatan emosional penyiar dengan pendengar - System rapat yang flexible - Fasilitas yang diberikan lengkap untuk melakukan siaran. - Konsep “<i>learning by doing</i>” - Konsep dekorasi yang menunjukkan hobi anak muda.
Faktor Penghambat	Kendala ide	- Kendala teknis - Kendala dengan voice pendengar

Sumber didapat melalui wawancara dan hasil survei.

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada Bab ini Penulis akan menjabarkan pembahasan dari bahan-bahan yang di dapat melalui wawancara dan pengamatan di bab sebelumnya. Di Bab ini penulis akan melakukan analisis terhadap hasil yang didapat dengan mengaitkan teori yang ada dan pemikiran penulis.

A. Proses Kreatif dalam Program Hiburan Radio Swasta Bejaringan di Bali, Phoenix FM dan D'Oz radio Bali FM

Pertumbuhan radio di walayah Bali membuat para pekerja di stasiun-stasiun radio menerapkan berbagai cara untuk mendapatkan pendengar setia. Hal ini menjadikan pekerja selalu mengolah kreatifitasannya dalam membentuk sebuah siaran yang diminati. Perkembangan radio di bali yang berjumlah 67 sesuai data gabungan menjadikan tolak ukur dalam keeksistensiannya di daerah. Hal ini seperti yang di ungkapkan oleh Elvinaro (2007:137) bahwa radio siaran saat ini masih mampu untuk mengatasi persaingan keras yang dari beberapa media lainnya seperti Bioskop, rekaman kaset, televise, televise kabel, elektronik games, dan personal kaset.

Menurut Fred Wibowo (2012:121) radio memiliki format dasar , pada dasarnya format ini terdiri dari format hiburan, format informasi dan berita, format pendidikan.

1. Format Hiburan, merupakan format yang berorientasi pada pendengarnya, format tersebut berbentuk musik, lagu-lagu, dan bentuk siaran yang bersifat menghibur atau memuaskan pendengar. Dari hasil penelitian bahwa radio Phoenix dan D'Oz Bali FM sama-sama membuat siaran berformat hiburan dalam insert dari siaran *Fruit Tea* ini Indonesia” dan “Sore Santai”. Dalam Program *Fruit Tea* ini Indonesia format hiburan masuk dalam insert mendengarkan lagu dalam negri dan hiburan yang berupa cerita sore. Dalam Program “Sore Santai” menggunakan musik universal sekitar 70% dari isi siarannya.
2. Format Informasi, merupakan format yang berisikan seputar informasi dan berita, format tersebut seperti siaran wawancara, talkshow, reportase, pernyataan, dan interaktif lainnya. Menurut McCavit dalam buku Marisson, 2005:111) bahwa format informasi dibagi menjadi *news* dan

perbincangan singkat. Phoenix Radio FM dan D'Oz Bali FM dalam program "*Fruit Tea* ini Indonesia" dan "Sore Santai" menjadi penyalur informasi bagi masyarakat. Phoenix menggunakan sistem "Talkshow" dalam siaran kesehariannya dan memiliki insert-insert yang berbentuk informasi dunia. Sedangkan D'Oz memberikan informasi dengan beberapa perbedaan tema insert setiap harinya.

3. Format Pendidikan tidak memiliki spesifikasi khusus. Hal ini sebenarnya merupakan informasi yang diberikan kepada masyarakat dan menciptakan wawasan yang baru, bisa juga dalam bentuk hiburan. Hal ini dilakukan oleh radio Phoenix dan D'Oz di mana dalam programnya Phoenix "*Fruit Tea* ini Indonesia" memberikan informasi dengan menyasar anak sekolahan sepulang sekolah membantu menambah pengetahuan dari seputar siaran tersebut. D'Oz dalam program "Sore Santai" juga melakukan siaran yang mampu menambah informasi dikarenakan informasi dari kedua radio ini memiliki telah melalui tahapan penyeleksian sehingga memperbaiki kesalahan informasi yang dimiliki masyarakat atau menambah wawasan pendengar.

Dalam proses penyiaran radio memerlukan sebuah persiapan dan tahapan-tahapan yang dijalani dalam pembuatannya hal ini disebut proses produksi (Wahyudi, 1994:27) yang terdiri dari Pra produksi, Produksi dan Pasca Produksi.

1. Pra Produksi

Dalam tahapan Pra Produksi terdiri dari 3 tahapan, yaitu penemuan ide, perencanaan, dan persiapan.

a. Penemuan ide

Dalam penemuan ide, ketika produser menemukan ide lalu melakukan riset atau mengumpulkan informasi dan membentuk naskah. Hal ini dilakukan oleh radio Phoenix dan D'Oz Bali FM, dalam radio phoenix penemuan ide tidak hanya dilakukan oleh produser saja, tetapi seluruh staf pekerja membantu dalam menemukan ide, ketika ide didapat lalu

dirapatkan dan di putuskan bersama dan ketika ide diputuskan tim mencari bahan materi. Untuk D'Oz Bali FM seperti yang dijelaskan oleh Wahyudi, di mana proses pencarian ide dilakukan oleh produser yang bernama Arum. Di sini mba Arum selaku produser mencari dan mengolah data yang didapat menjadi sebuah naskah.

b. Perencanaan

Ketika itu menentukan narasumber, menyempurnakan naskah dan dan pemilihan narasumber. Dalam tahapan perencanaan ini pihak Phoenix dalam menyangkut narasumber telah diberikan bentuk siaran yang akan di sampaikan oleh penyiar dan narasumber melalui menejanya. Produser dan Marketing dari pihak Phoenix selalu menemani narasumber sebelum siaran. Dan naskah yang di buat dilakukan oleh tim naskah. Untuk D'Oz Bali dalam kerjasama dengan narasumber, sebelum narasumber datang, Produser dan Program Direktur telah mengirimkan apa saja isi siaran dan menanyakan apa saja yang boleh dan tidak boleh untuk dibahas dalam siaran

c. Persiapan

Hal ini penyelesaian kontrak dan surat menyurat, penyelesaian dalam pembentukan konten. Persiapan alat siaran, Menyelesaikan target yang telah di putuskan dalam jangka yang telah ditetapkan. Dalam stasiun Phoenix program "*Fruit Tea* ini Indonesia" melakukan persiapan dengan saling berkoordinasi satu sama lain, penyiar dibimbing dengan arahan program direktur, permainan yang ingin di tampilkan oleh penyiar dan narasumber telah disiapkan oleh tim kreatif. Untuk D'Oz dalam siaran mendarat atau *live* di lokasi memerlukan alat siaran, beberapa alat seperti wifi, dan meja siaran disiapkan untuk siarannya, sedangkan materi dan hadiah disiapkan sebelum siaran.

2. Produksi

Produksi dalam siaran radio dibagi menjadi 2 jenis siaran, yaitu siaran *live* (*on air*) dan siaran *taping* (*off air*). (Wahyudi, 1994:27). Dalam produksi yang dilakukan oleh Phenix FM siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” dan D’Oz Bali FM dalam siaran “Sore Santai” juga menggunakan siaran *live* dan *taping*, tetapi dalam siaran mereka memiliki perbedaan di mana siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” menggunakan 2 penyiar dan 1 penyiar, dalam proses produksi dapat dilihat program “*Fruit Tea* ini Indonesia” melalui tahapan naskah oleh tim naskah, sedangkan untuk “Sore Santai” tanpa melalui tim naskah. Produksi yang dilakukan oleh siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” juga menggunakan permainan dalam siaran talkshownya, dan siaran “Sore Santai” memiliki siaran yang memiliki insert-insert yang berbeda setiap siarannya, dan memiliki siaran mendarat yang dilakukan secara *outdoor*. Dalam produksi perlunya memperhatikan sifat dari produksi tersebut, sifat radio ini ialah sifat **akrab** dari penyiar di mana penyiar mampu menghadirkan nuansa penyiar berada ruangan bersama pendengar, dan mampu menghadirkan acara-acara yang membahagiakan pendengar, sifat ini hanya dimiliki oleh radio dan televisi (Effendy, 1990, 75-76). Penyiar dalam radio Phoenix program menggunakan konsep yang *cheers, fun*, anak muda, karena radio tersebut menyasar anak muda. Penyiar memiliki kedekatan emosional dan penyiar menggunakan Bahasa yang tidak mengikuti Bahasa anak muda Jakarta, hal ini karena penyiar selalu dibimbing dan dilatih selama 2 bulan oleh program direktur, dan program direktur ikut menjadi penyiar. Oleh karena itu dalam menyampaikan pesan memerlukan intuisi, pelatihan, dan keterampilan dari penyiar (Triartanto, 2010:31), untuk D’Oz Bali FM penyiar dibimbing dibawah naungan produser dan mempelajari sendiri bagaimana cara kerja sebagai penyiar. Karena D’Oz menggunakan sistem “*learning by doing*”. Kedekatan penyiar disini membuat pendengar loyal kepada radio

tersebut, keterikatan pribadi membantu dalam meningkatkan daya Tarik radio tersebut.

3. Pasca Produksi

Pasca Produksi merupakan tahapan akhir dari penyiaran radio, di mana tahapan ini berupa proses akhir yang berupa evaluasi dan perbaikan siaran *live* yang diubah untuk dapat disiarkan kembali. Evaluasi dilakukan dengan beberapa cara, yaitu evaluasi kualitas produk, evaluasi biaya, dan evaluasi dari khalayak, untuk evaluasi khalayak dapat dilakukan dengan cara :

- a. Menghimpun data, berupa tanggapan dari pendengar melalui surat, telepon, dan media lainnya.
- b. Dengan mendatangkan kelompok khusus untuk diwawancarai mengenai siaran tersebut.
- c. Dapat dilihat dengan partisipan dari masyarakat dalam bentuk keikutsertaan masyarakat dalam mengikuti kuis dan hal lain yang berhubungan dengan masyarakat (Sartono,2008:110).

Dalam radio Phoenix evaluasi dilakukan melalui respon pendengar di mana respon ini bisa melalui media social dan telepon, evaluasi yang dilakukan dalam siaran berbentuk perbaikan siaran, di mana siaran yang telah disiarkan di putar kembali dengan tujuan mencari apa saja kesalahan siarannya dan memperbaiki siaran tersebut di kemudian hari. Untuk yang *taping* dilakukan perbaikan dengan memperbaiki siaran ketika berada di wilayah luar studio, seperti di sekolah dan dilakukan proses penambahan suara untuk menambahkan pesan yang diinginkan, evaluasi dilakukan dengan rapat. Rapat yang dilakukan oleh radio Phoenix bersifat flexible, rapat dalam radio ini tidak hanya dilakukan dalam wilayah radio saja, tetapi bisa di lakukan di luar wilayah siaran. Evaluasi yang sering dilakukan oleh Phoenix radio adalah ketika siaran tersebut menggunakan narasumber atau bintang tamu yang diundang, perbaikan yang dilakukan untuk siaran yang melibatkan bintang tamu atau narasumber di kemudian hari. Untuk stasiun D'Oz program “Sore Santai” dalam proses evaluasi

dilakukan melalui cara mengundang beberapa anak muda untuk menjadi partisipan dalam menilai insert siaran “Sore Santai”, tidak hanya menggunakan partisipan saja, pihak D’Oz radio Bali juga menggunakan media sosial dan telepon untuk menerima masukan dari pendengar, serta melihat data menggunakan aplikasi streamingnya. Untuk tahapan evaluasi yang dilakukan D’Oz ialah melakukan rapat untuk memperbarui konten dan siaran yang lagi banyak diminati pendengar.

4. Kreatifitas Radio

Kreatifitas merupakan pemikiran yang dibentuk menjadi sebuah bentuk yang dapat di lihat, didengar, dan dinikmati, kreatifitas padasarnya menciptakan sesuatu yang baru, ketika sesuatu yang baru tersebut dapat menyelesaikan masalah, kita telah menggunakan kreatifitas (Clark: *Chapter 1*). Phoenix radio dalam program siarannya “*Fruit Tea ini Indonesia*” menggunakan cara untuk mendapatkan pendengarnya, dengan memformulasikan bentuk siarannya. Dalam program “*Fruit Tea ini Indonesia*” menggunakan siaran wawancara yang berbentuk games, di mana tidak hanya menanyakan saja, tetapi menggunakan sebuah permainan berupa tebak lagu, dan meng-cover lagu tetapi tidak lupa untuk menggali informasi dari bintang tamu. Hal ini merupakan sesuatu yang baru di media radio saat ini, di mana dengan menggunakan sistem dapat menjadikan minat pendengar lebih bertambah. Dalam radio Phoenix juga menggunakan devisi tim digital untuk merekam siaran dalam bentuk digital yang akan ditampilkan dalam media sosial, hal ini bertujuan untuk menjadikan sebagai media promosi dan media *alternative* untuk melihat bentuk siaran bintang tamu yang diinginkan. Untuk Program radio “Sore Santai” yang dimiliki D’Oz menggunakan siaran yang berbeda, di mana siaran tersebut dilakukan di sebuah tempat yang disiapkan oleh pihak yang ingin promosikan lokasinya, lokasi tersebut bisa berupa kafe, atau event. Dalam siarannya juga ada berupa hadiah-hadiah yang telah disiapkan oleh pihak radio, di mana siaran ini dapat menarik peminat Ozers untuk datang ke

lokasi yang disiarkan. Dan dalam program “Sore Santai” juga menggunakan sistem ganti insert di salah satu insertnya, di mana insert ini akan berbeda setiap harinya.

Dalam proses kreatif, memerlukan sebuah kebebasan dalam menukar pikiran, di mana menurut Keith Jacson dan Phil Charley dan Tom Hagan dalam terjemahan Rama Selamat (1997:128) menjelaskan bahwa memberikan waktu bagi diri sendiri membantu dalam seseorang untuk menemukan ide kreatifnya dalam organisasi. Hal ini dilakukan oleh radio Phoenix dan D’Oz di mana kedua radio tersebut dalam pekerjaannya diberikan sebuah hiburan, seperti wisata *outdoor*, dan jalan-jalan, tidak hanya itu, kedua radio tersebut sering melakukan rapat di luar wilayah radio dan diberikan tempat-tempat untuk bersantai. Menurut Guford, pekerja kreatif memiliki hal-hal yang tidak dimiliki oleh orang pada umumnya, beberapa hal yang menandakan bahwa orang kreatif adalah: (Triartanto, 2010:76)

a. Keluwesan Pemikiran

Dapat mempertimbangkan dan menerima berbagai macam kedekatan pada suatu masalah yang diterima, tidak mengutamakan gagasan sendiri atau dapat dikatakan bijaksana dalam berpikir. Di mana radio pekerja radio Phoenix mampu menerima perbedaan dalam berfikir, hal ini mampu memberikan banyak pemikiran-pemikiran yang beragam untuk disampaikan saat rapat berlangsung. Untuk pekerja D’Oz radio pemikiran ide akan diserahkan kepada produser tetapi dibantu dengan beberapa tim produksi lainnya

b. Kepekaan Terhadap Masalah

Merupakan keterampilan mengenali bahwa suatu masalah itu terdiri dari masalah lain yang dapat di analisis secara detail untuk menemukan suatu peluang yang dapat menyelesaikan/ mengatasi kesalahpahaman, salah konsep, kekurangan fakta dan hambatan yang ada dalam masalah sebenarnya. Hal yang

dilakukan oleh radio Phoenix ialah melakukan rapat evaluasi ketika satu konsep telah di keluarkan, dan mencari kesalahan yang ada dan mengatasi untuk meminimalisir kesalahan tersebut, oleh karena itu rapat dilakukan hamper setiap hari. Untuk D'Oz pekerja kreatif merespon siaran melalui informasi yang di dapat dari media-media yang menjadi penghubung antara masyarakat dan pihak kreatif. Penghubung tersebut dapat berupa orang yang menjadi testimoni, media online, dan media streaming. Pihak D'Oz juga tidak hanya meminta kepada pemegang program “Sore Santai” saja, tetapi staf-staf diluar siaran “Sore Santai” juga.

c. Orisinalitas

Kemampuan untuk melampaui gagasan yang ada saat itu, membuat tidak lazim diterima dari segi statistic atau data. Untuk program “*Fruit Tea* ini Indonesia” gagasan-gagasan seperti siaran games didapat ketika tim kreatif sedang bermain diruang staf, di mana dalam ruangan ini diberikan gimmick-gimmick game, dari sini ditemukan oleh pekerja kreatif sebuah inovasi dalam penyiaran, dan diterapkan melalui siaran tersebut, hal ini juga ketika siaran dalam insert cerita sore di mana insert ini ditemukan dalam keadaan bersantai-santai. Untuk D'Oz beberapa percobaan siaran di mana bentuk siaran di bentuk dengan menayangkan siaran di luar wilayah radio. Siaran dari program “Sore Santai” juga telah melalui beberapa perubahan-perubahan insert dan penyiar yang menyiarkan untuk menemukan bentuk orisinalitas radio.

d. Kefasihan akan Gagasan

Kemampuan menghasilkan gagasan-gagasan yang dibalut dengan solusi-solusi dari masalah yang timbul. Artinya ini merupakan penghubungan antara Otak dengan menciptakan sesuatu tetapi tidak hanya dalam pemikiran saja, tentu dalam proses penuangan dari pikiran ke “sesuatu” memiliki segelintir

masalah, akan tetapi orang yang memiliki kefasihan gagasan mampu menuntun ide menjadi “sesuatu” dan menghalau masalah yang datang.

Dalam sebuah radio, memiliki sebuah struktur pekerja kreatif yang tidak masuk dalam struktur organisasi perusahaan, di mana pekerja kreatif ini sangat penting dalam pembentukan radio (Wibowo, 2012:186) beberapa pekerja kreatif ini ialah :

a. *Producer*

Merupakan orang yang memiliki sebuah program, produser yang memiliki tanggung jawab dalam mencari dana, memimpin, dan menggerakkan sebuah program.

b. *Comercial Manager*

Fungsi yang bertujuan untuk fokus mencari dana agar program radio dapat berjalan, dan bertahan. Dana yang di butuhkan dapat datang melalui iklan. Kebijakan komersial ditentukan oleh Comercial Manager dan di bantu oleh advertisement seeker pencari iklan.

c. *Program Director*

Memiliki fungsi untuk mengarahkan sebuah program, yang dapat menentukan sebuah siaran, dan dapat memimpin proses dari siaran dibawah naungan produser.

d. *Programer*

Merupakan posisi untuk orang yang memiliki fungsi menciptakan program, tidak hanya membuat program tetapi programmer bertugas memantau setiap program untuk mengetahui program mana yang disenai dan program mana yang mulai menurun ratingnya.

e. *Musik Direktur*

Tidak banyak pendengar radio mengetahui bagian ini, bagian ini memiliki peran penting dalam perpustakaan di mana

fungsi dalam menataa dan mematerikan semua data di bagian radio seperti musik modern, tradisional, dan lainnya yang berhubungan dengan musik.

f. *Operator*

Pada awalnya tugas operator membantu penyiar dalam memutar musik yang di kehendaki oleh penyiar, tetapi seiring berkembangnya waktu dan teknologi membuat tugas operator berubah karena penyiar dapat memutar lagunya sendiri melalui komputer. Fungsi operator setelah berkembangnya era digitalisasi ini menjadi orang yang menerima, menseleksi dan menghubungkan telepon dari pendengar ke penyiar

g. *Teknisi*

Berfungsi untuk mengatasi permasalahan yang ada di bagian teknis keika on-air mauapun sebelum on-air agar tidak terjadi masalah. Teknisi biasanya dibagi menjadi dua kategori yang pertama, mengatasi bagian alat berat yang menyangkut pemancar, antenna, dan lainnya. Yang kedua, mengatasi gangguan ringan yang menyangkut komputer, mixer, audio, dan lainnya.

Dalam radio Phoenix dan D'Oz memiliki perbedaan dengan diatas, dalam *Program Director* dari kedua radio tersebut menjadi tatanan tertinggi dalam stasiun mereka, di mana *Program Director* dari Phoenix yang menjadi pemberi keputusan dalam menentukan siarannya serta menaungi bagian kreatif dan penyiar langsung, lalu di Comercial Manager dalam radio Phoenix di lakukan oleh Marketing, di mana tugas dalam surat menyurat dan pencarian dana dilakukan oleh tim marketing, dalam tim marketing sendiri terdiri dua bagian yaitu ada 2 (AE)di mana 1 orang dibagian penagihan dan 1 orang di bagian traffic iklan, lalu bagian produser yang bertujuan untuk menentukan ide dan konten siaran dan diputuskan oleh SM dan PD, *Music Director* dalam radio Phoenix telah bekerja selama 15 tahun, di mana tugasnya MD ini mengatur music

yang akan disiarkan, ada rentan waktu untuk menyiarkan siaran tersebut, rentan waktu minimum musik yang disiarkan dalam “*Fruit Tea* ini Indonesia” tersebut ialah 3 tahun dari tahun terakhir. Untuk bagian programmer disini bertujuan untuk mengedit siaran yang telah disiarkan, di Phoenix juga menggunakan devisi digital yang dinaungi yang bekerja sama dengan produser dalam program siaran dan media promosi, serta media online linanya, dalam radio Phoenix tidak menggunakan Operator, tetapi bagian operator diambil alih langsung oleh penyiar dan Produser yang merangkap sebagai penyiar. Teknisi bertugas untuk memperbaiki bagian yang rusak, seperti alat mixing, komputer, dan antenna ketika mengalami masalah.

Dalam radio D’Oz Bali FM memiliki Pekerja kreatif yang terdiri dari produksi, dan dibantu oleh *Program Director*, dalam radio D’Oz “Sore Santai” Produser menjadi satu sebagai kreatif. Ketiga pekerja kreatif ini menjadi pengaruh besar dalam membentuk konten, tetapi ada juga bagian tim lainnya yang masuk dalam kategori umum, yaitu bagian *Music Director*, radio D’Oz menggunakan Operator dalam siarannya yang bertujuan untuk membantu penyiar saat melakukan siaran ketika mengganti cut siaran. Ada bagian teknisi yang bertugas untuk memperbaiki antena dan alat-alat ketika rusak. Dalam radio D’Oz teknisi dan operator terdiri dari 2 orang dan menggunakan sistem sift.

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kreatif Radio Phoenix FM dalam Program “*Fruit Tea* ini Indonesia” dan D’Oz Bali FM dalam program “Sore Santai”

Dari data yang dikumpulkan dapat diketahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi proses kreatif yang terdapat dalam program “*Fruit Tea* ini Indonesia” dan “Sore Santai”. Faktor-faktor ini terbagi menjadi Faktor pendukung dan faktor penghambat. Dalam faktor pendukung Phoenix dan D’Oz terdiri dari.

1. Faktor pendukung proses kreatif

Menurut Roger dalam Munandar (2009) bahwa setiap individu cenderung memiliki dorongan dalam dirinya untuk berkreatifitas. Di

mana faktor ini telah dimiliki oleh setiap manusia, tetapi bagaimana cara mengolah kreatifitas-lah yang menjadikan hasil dari kreatifitas itu berbeda-beda.

a. Phoenix radio dalam program “*Fruit Tea* ini Indonesia”

- Pemilihan musik

Pemilihan musik yang hanya memutar musik Indonesia saja menjadikan pekerja kreatif lainnya berpikir keras dalam membungkus siarannya secara berbeda, seperti pemilihan music apa saja yang cocok diputar saat itu. Dan bagaimana penyiar membawakannya.

- Kedekatan emosional penyiar dengan pendengar

Di mana hal ini menjadikan pendengar dan penyiar memiliki kedekatan sehingga pendengar mendengarkan radio Phoenix merasa dirinya seperti mendengar kerabat dekat atau orang terdekat, oleh karena itu proses dalam memberikan konten siaran pun akan membutuhkan kerja keras karena semakin banyak yang mendengar, semakin banyak pula yang menilai.

- Kebanggaan menyandang sponsor

Dalam program siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” pekerja kreatif menjadi pekerja yang bersungguh-sungguh dalam membentuk konten kreatif siaran karena sponsor yang terbilang ternama dan sesuai dengan sasaran yang mereka tuju.

- Konten mendidik dan menghibur

Di mana konten yang dibuat oleh radio Phoenix yang memiliki visi misi dalam mendidik membuat mereka menggali cara untuk menyampaikan sebuah informasi yang berwawasan dengan dibalut sebuah hiburan sehingga pendengar tidak merasa bosan.

- Sistem rapat yang fleksibel

Dengan rapat yang fleksibel menjadikan seseorang dapat menjadi dirinya dan membantu proses kreatifitasnya berlangsung. Walaupun D'Oz Bali FM sama-sama menggunakan system rapat yang fleksibel, tetapi hal ini lebih condong kepada Phoenix Bali FM, karena keberadaan mereka di wilayah radio dan kedekatan antara pekerja kreatif satu sama lain menjadikan mereka dapat dengan mudah berinteraksi.

- Bentuk dekorasi

Dengan bentuk dekorasi yang mendukung dan yang menegaskan bahwa merancu pada semangat anak muda dan cerah menjadikan proses berpikir dalam wilayah tersebut menjadi lebih baik.

- Fasilitas hiburan yang diberikan kepada staff

Dengan memberikan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dari pekerja kreatif dan memberikan ruangan untuk bersantai serta beberapa permainan untuk staff betah berada dalam wilayah radio dapat mampu memberikan suatu yang mendorong semangat dan kebebasan berfikir dan membuat pekerja nyaman sehingga kualitas yang dihasilkan lebih maksimal karena kepuasan yang dimiliki pekerja kreatif tersebut.

- Gaji secara profesional

Dengan memberikan upah secara profesional, para pekerja di Phoenix radio FM dapat melakukan tugasnya dengan baik dan lebih focus tanpa memikirkan seberapa yang didapat. Hal ini sesuai menurut Veithzal Rivai (2004:379) di mana gaji dengan memberikan upah yang baik mampu membuat pekerja menyadari serta mentaati peraturan dan karyawan akan fokus dengan tugasnya.

b. D'Oz Bali FM dalam program “Sore Santai”

- Musik yang universal
Membuat penyiarnya lebih dapat bereksplorasi dalam penyampaian, dan membuat pekerja kreatif dapat membuat banyak konsep kreatif dengan mengandalkan jenis musik yang luas.
- Fasilitas yang diberikan kepada staff
Dengan memberikan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dari pekerja dapat mampu memberikan suatu yang mendorong semangat dalam berkarya tanpa takut kekurangan media yang dibutuhkan.
- Konsep “learning by doing”
Konsep ini menjadikan seseorang mampu beradaptasi dengan pekerjaannya, sehingga kreatifitasnya akan terasah dengan sendirinya melalui berbagai pengalaman yang didapat.
- Konsep dekorasi yang menunjukkan hobi anak muda
Konsep dekorasi ini mampu memberikan kesan kepada radio D'Oz sebagai pengingat untuk mengetahui siapa yang disasar dalam radio tersebut, dan mampu meningkatkan keinginan pekerja kreatif untuk mengeksplorasi bakatnya dalam berkreasi radio kepada masyarakat khususnya anak muda.

2. Faktor penghambat proses kreatif

a. Phoenix radio dalam program “*Fruit Tea* ini Indonesia”

- Kendala ide

Kendala Ide merupakan kendala yang umum terjadi dalam proses kreatifitas, di mana ide tidak dapat muncul dalam keinginan untuk berkreasi.

b. D'Oz Bali FM dalam program “Sore Santai”

- Kendala teknis

Kendala teknis mampu menjadikan faktor penghambat dalam berkreasi, di mana hal ini dikarenakan kendala

teknis mampus membuat kreatifitas akan menjadi tidak maksimal.

- Kendala dengan voice pendengar

Dalam radio D'Oz yang menggunakan voice pendengar, kendala yang dialami akan kesulitan mendapatkan voice tersebut karena melibatkan pihak lain untuk disiarkan. Hal ini mampu menghambat kreatifitas dikarenakan ketiak kreatifitas tersebut mengharuskan menggunakan voice pendengar, tetapi kesulitan dalam mendapatkannya menjadikan kreatifitas menjadi terhambat atau tidak maksimal karena voice pendengar membutuhkan pihak lain, tentu beberapa orang akan tidak percaya diri untuk menampilkan suaranya di radio. Hal inilah yang menjadikan siaran akan menjadi tidak maksimal.

C. Perbedaan Radio Phoenix FM dalam Siaran “*Fruit Tea ini Indonesia*” dan D'Oz Bali FM dalam Siaran “*Sore Santai*”

Perbedaan merupakan suatu hal yang tidak sama antara satu objek dengan objek lainnya (KBBI) dengan ini setiap bentuk memiliki perbedaan masing-masing, dari cara berproses kreatif, hasil kreatif dan faktor-faktor yang mempengaruhi proses kreatif tersebut. Sebagaimana peneliti akan menjabarkan perbedaan dari kedua radio tersebut.

1. Proses Kreatif Radio Phoenix FM dan Radio D'Oz Bali FM

Dalam proses kreatif di sini terdapat perbedaan dalam jumlah devisi yang dimiliki oleh radio Phoenix FM dan D'Oz Bali FM di mana radio D'Oz terdiri tidak memiliki devisi digital dalam radionya, sedangkan Phoenix FM memiliki devisi naskah dan devisi digital. Kedua devisi ini dinaungi oleh PD, hal yang berbeda juga dalam proses penyiarannya Phoenix menggunakan dua orang penyiar dan Program Direktur (PD) ikut andil dalam menyiarkan konten.

Dalam proses produksi dapat dilihat perbedaannya di mana ketika ide telah didapat lalu dilakukan rapat, pengambil keputusan yang dilakukan oleh staff Phoenix dilakukan bersama oleh Program Direktur

(PD) dan *State Manager* (SM) bersama. Sedangkan untuk D'Oz dilakukan oleh Program Direktur. Dalam tahapan produksi di mana Phoenix menerapkan ide yang di dapat akan diteruskan kepada devisi naskah dan diteruskan kepada penyiar, sedangkan D'Oz Bali ide yang dibuat menjadi naskah dilakukan oleh produser langsung ketika jadi akan diteruskan kepada SM untuk dibaca dan direvisi ketika ada kesalahan.

2. Hasil Kreatifitas siaran Radio Phoenix FM dalam Siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” dan D'Oz Bali FM dalam Siaran “*Sore Santai*”

Hasil yang kreatifitas yang dimiliki oleh radio Phoenix ialah dalam siarannya menggunakan hanya menggunakan musik Indonesia yang up to date dan membatasi tahun yang akan disiarkan. Untuk D'Oz melakukan siaran musiknya lebih luas dan universal.

Proses kreatif dalam siaran Phoenix ialah memiliki konsep talkshow dalam proses siarannya sehari-hari, Di mana konsep ini mampu mengalirkan informasi dengan saling menyauti satu sama lain. Dalam materi yang mengundang bintang tamu, Phoenix FM juga menggunakan fomulasi permainan di mana permainan lebih banyak 70% dari pada penyampaianya 30% dalam menyampaikan informasi yang dimiliki. Dan memberikan tantangan kepada bintang tamu untuk melakukan *cover* musik serta merekam siaran lalu diupload dalam media online.

Untuk D'Oz memiliki siaran mendarat di mana siaran ini merupakan siaran yang dilakukan oleh D'Oz diluar lokasi wilayah radio, atau lebih tepatnya dilokasi tempat mereka mempromosikan lokasi tersebut, dan memberikan hadiah kepada pendengar dan tamu yang datang atau mendengarkan siaran mereka.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kreatifitas Radio Phoenix dan D'Oz

Perbedaan yang sangat terlihat dalam segi faktor proses kreatif radio Phoenix FM dan D'Oz Bali FM adalah :

- a. Musik yang putar oleh radio tersebut, di mana radio Phoenix FM khusus memutar musik Indonesia, dan D'Oz Bali FM memutar musik internasional.
- b. Konsep “*learning by doing*” yang dilakukan oleh D'Oz Bali FM.
- c. Fasilitas hiburan dan *gimmik* permainan yang dimiliki oleh radio Phoenix.
- d. Kebanggaan dengan menyandang nama sponsor yang dimiliki oleh radio Phoenix FM.
- e. Kendala yang dialami dalam radio Phoenix FM yaitu kendala ide
- f. Kendala yang dialami oleh radio D'Oz Bali FM ialah kendala teknis, dan kendala dalam take voice

4.1 Tabel Perbedaan Radio Phoenix FM dan D'Oz Bali FM

	Phoenix FM	D'Oz Bali FM
Proses Kreatif	1. Dalam menggunakan devisi digital. 2. Keputusan dilakukan bersama-sama oleh devisi PD dan SM. 3. Memiliki devisi <i>scriptwriter</i>. 4. Evaluasi dilakukan setiap hari dengan mendengarkan siaran ulang	1. Tidak menggunakan devisi digital. 2. Keputusan dilakukan oleh PD 3. Tidak memiliki devisi <i>scriptwriter</i>. 4. Evaluasi dilakukan dengan melihat data yang di dapat melalui aplikasi streaming, dan mengundang seseorang untuk menjadi sample

		dalam menerima masukan.
Hasil Kreatif	1. Menggunakan permainan dalam siarannya 70% dan bobot informasi 30% dalam siaran melibatkan bintang tamu.	1. Memiliki siaran Mendarat. 2. Memiliki insert yang berbeda setiap hari.
Faktor Pendukung Kreatif	1. Pemilihan musik Indonesia 2. Kedekatan emosional penyiar dengan pendengar 3. Kebanggaan dengan menyandang Sponsor 4. Sistem rapat yang flexible 5. Bentuk dekorasi, interior yang anak muda banget 6. Diberikan fasilitas bersantai dan gimmick-gimmick untuk menghibur pekerja dan mendapatkan ide. 7. Gaji secara profesional	1. Musik yang universal 2. Fasilitas yang diberikan lengkap untuk melakukan siaran. 3. Konsep “<i>learning by doing</i>” 4. Konsep dekorasi yang menunjukkan hobi anak muda.
Faktor Penghambat Kreatif	1. Kendala ide	1. Kendala Teknis 2. Kendala dalam take voice

BAB V

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian diatas, peneliti akan menyimpulkan dari kedua radio tersebut dalam bentuk perbandingan. Kesimpulan yang peneliti dapat ialah

A. Kesimpulan

1. Proses Kreatif yang Dilakukan oleh Radio Phoenix Radio FM dan Proses Kreatif yang Dilakukan oleh Radio D'Oz Bali FM.

- a. Proses Kreatif radio Phoenix radio FM dalam memproduksi siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” dilakukan dengan tahapan : persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahapan awal yaitu persiapan yang dilakukan pekerja kreatif dengan mengumpulkan ide dan mengolahnya.

Tahapan pertama ini dilakukan kepada siaran *taping (off air)* dan *Live (on air)* di mana tahapan ini diputuskan dalam rapat. Hal selanjutnya yaitu tahap pelaksanaan, di mana tahapan ini konten yang dicari dan dikumpulkan dijadikan naskah, lalu untuk program *taping*, tahapan setelah naskah melalui wilayah produksi, yaitu ada proses *taping*, *mixing*, dan *editing*. Untuk program *live*, hampir sama tetapi berbeda karena tidak melewati tahapan produksi, sehingga naskah langsung di *on air*kan. Dalam tahapan ini juga dalam pasca produksi Phoenix mendengarkan kembali siarannya dan melakukan rapat setiap hari untuk memperbaiki siarannya.

Radio Phoenix juga menggunakan Devisi Digital dalam siarannya di mana ini bertugas untuk meliput jalannya siaran dan disiarkan dalam media sosial hal ini membantu dalam proses promosi.

- b. Proses yang siaran yang dilakukan oleh “Sore Santai” dalam radio D'Oz menggunakan tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahapan awal ini “Sore Santai” melakukan rapat untuk menentukan ide. Tahapan kedua, di mana tahapan pelaksanaan, ide yang didapat lalu di cari dalam bentuk konten materi dan diproses oleh produser

dan penyiar untuk menjadikan naskah, tahapan selanjutnya untuk *taping* ialah naskah di produksi melalui *taping, mixing, editing*. Sedangkan untuk *Live* di mana setelah naskah jadi langsung disiarkan oleh penyiar. Dalam pasca produksi, evaluasi yang dilakukan oleh D'Oz Bali FM ialah melihat data yang didapat melalui aplikasi *streaming* dan menggunakan sample pendengar yang diundang dan meminta untuk dijadikan uji coba.

2. Hasil Kemasan Proses Kreatif yang Dilakukan oleh Phoenix FM dan D'Oz Bali FM

- a. Phoenix radio dalam program siarannya “*Fruit Tea* ini Indonesia” menggunakan cara untuk mendapatkan pendengarnya, dengan memformulasikan bentuk siarannya. Dalam program “*Fruit Tea* ini Indonesia” menggunakan siaran wawancara yang berbentuk games, di mana tidak hanya menanyakan saja, tetapi menggunakan sebuah permainan berupa tebak lagu, dan meng-cover lagu tetapi tidak lupa untuk menggali informasi dari bintang tamu. Hal ini merupakan sesuatu yang baru di media radio saat ini, di mana dengan menggunakan sistem dapat menjadikan minat pendengar lebih bertambah. Dalam radio Phoenix juga menggunakan divisi tim digital untuk merekam siaran dalam bentuk digital yang akan ditampilkan dalam media sosial, hal ini bertujuan untuk menjadikan sebagai media promosi dan media alternative untuk melihat bentuk siaran bintang tamu yang diinginkan. Untuk
- b. Program radio “Sore Santai” yang dimiliki D'Oz menggunakan siaran yang berbeda, di mana siaran tersebut dilakukan di sebuah tempat yang disiapkan oleh pihak yang ingin promosikan lokasinya, lokasi tersebut bisa berupa kafe, atau event. Dalam siarannya juga ada berupa hadiah-hadiah yang telah disiapkan oleh pihak radio, di mana siaran ini dapat menarik peminat Ozers untuk datang ke lokasi yang disiarkan. Dan dalam program “Sore Santai” juga

menggunakan sistem ganti insert di salah satu insertnya, di mana insert ini akan berbeda setiap harinya.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Kreatif Radio Phoenix FM dalam Siaran “*Fruit Tea* ini Indonesia” dan D’Oz Bali FM dalam Siaran “Sore Santai”.

Faktor-faktor yang menentukan kreatifitas dari kedua siaran ini ialah di mana :

- a. pola dari sistematis pekerjaan membuat mereka dapat menjadi insan yang kreatif.
- b. Sistem rapat yang tidak formal membuat mereka dapat berpikir kreatif
- c. Bentuk bangunan dari radio secara tidak langsung membuat membuat diri lebih fresh dan memiliki karakteristik mereka masing-masing.

Dalam proses kreatif yang dilakukan oleh radio Phoenix dan radio D’Oz Bali FM memiliki faktor yang mendorong dan menghambat proses kreatif di dalam radio tersebut. Beberapa faktor yang mendorong dan menghambat proses kreatif dalam radio Phoenix FM dan D’Oz Bali FM ialah:

a. Phoenix FM

1. Faktor Pendorong

Dalam radio Phoenix FM memiliki faktor pendukung yang terbukti memiliki dampak dalam proses kreatif, hal ini adalah musik yang putar hanya menggunakan lagu Indonesia saja, adanya kedekatan emosional penyiar dengan pendengar, kebanggaan dalam menyandang sponsor, konten yang mendidik dan menghibur, rapat yang fleksibel, bentuk dekorasi, fasilitas hiburan yang diberikan oleh perusahaan Phoenix, dan digaji secara professional.

2. Faktor Penghambat

Adapun Faktor penghambat dalam proses kreatif radio Phoenix FM yaitu kendala dalam mendapatkan ide.

b. D'Oz Bali FM

1. Faktor Pendorong

Dalam radio D'Oz Bali FM memiliki faktor pendukung yang terbukti memiliki dampak dalam proses kreatif, hal ini adalah Musik yang universal, fasilitas yang diberikan lengkap, menerapkan konsep "*learning by doing*", dan konsep dekorasi yang menunjukkan hobi.

2. Faktor Penghambat

Adapun Faktor penghambat yang di temukan dalam proses kreatif radio D'Oz Bali FM yaitu Kendala teknis, Kendala dengan voice pendengar

B. Saran

Kepada Radio Phoenix radio, untuk lebih memberikan informasi isi siaran dengan perbandingan 50% games 50% isi siaran saat melakukan wawancara. Untuk lebih tim kreatif lebih membaca-baca referesensi agar lebih banyak wawasan yang dimiliki.

Kepada radio D'Oz Bali FM, untuk lebih memilih siaran yang tidak mempersulit dengan membutuhkan pertanyaan pendengar, dapat juga mengalihkan teman-teman sesama produksi untuk menjadi pendengar dan bertanya bila tidak ada yang bertanya. Untuk masalah teknis, diharapkan lebih maksimal lagi dalam proses kreatif.

C. Keterbatasan Peneliti

Dalam Penelitian mengenai proses kreatif program radio berjaringan dalam siaran program siaran "Fruity Tea ini Indonesia" dalam stasiun radio Phoenix FM dan "Sore Santai" dalam stasiun radio D'Oz radio Bali FM peneliti memiliki keterbatasan dengan objek pada D'Oz, peneliti hanya dapat mewawancarai 2 narasumber saja. Hal ini mempengaruhi hasil yang didapatkan. Kendala juga didapat ketika peneliti ingin meneliti Objek sebelumnya sehingga peneliti mengganti objek yang layak dengan objek satunya. Sehingga proses penelitian berjalan lambat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Awat, Napa J. 1989. *Manajemen Strategi (Suatu Pendekatan Sistem)*. cet.1. Yogyakarta : Liberty
- Clark, Terry D. 2014 “*Brain Power Booster Tips to Release Critical dan Creative Thinking In You*”. Chicago : TDC Enterprice
- Deddy Mulyana. 2005. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Radio Siaran dan Praktek*. Bandung: Mandar Maju
- Freddy Rangkuti, 2004, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Graedia, Jakarta
- Jackson, Keith dan Phil Charley dan Tom Hagan. 1997. *Manage by The Moment, A Handbook for Radio Managers*, terj. Rama Slamet. Jakarta: UNESCO
- Johnson, Elaine B. (2002). *Contextual Teaching and Learning*. California . California: Corwin Press, Inc
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategy Kreatif dalam Periklanan: Konsep, Pesan, Media, Branding, Anggaran*.
- Kuntjojo. 2009. *Metodologi Penelitian*. Kediri: Universitas Nusantara PGRI
- K. Yin, Robert. 2015. *Studi Kasus Design dan Metod*. Jakarta: PT. RAJA GRAFINDO
- Morisson. 2005. *Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Munandar, U. 2012. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prayudha, Harley. 2005. *Radio Suatu Pengantar untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*. ed.1, cet.2. Jawa Timur: Bayu Media

Rivai, Veithzal. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada,

Romli, Asep Syamsul M..2004. *Broadcast Journalism: Panduan Menjadi Penyiar. Reporter. dan Scriptwriter*. Bandung: Penerbit Nuansa

FR. Sri Sartono. 2008. *Modul Teknik Penyiaran dan Produksi Program Radio, Televisi dan Film Jilid 1*. Jakarta : Pusat Perbukuan Departemen Pendidikan

Triartanto, A. Ius Yudo. 2010. *Broadcasting Radio Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: PUSTAKA BOOK PUBLISHER

Wahyudi J. B, 1995. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka

Wibowo Fred. 2012. *Teknik Produksi Program Radio Siaran*. Yogyakarta: GRASIA BOOK PUBLISHER

Widayatama, Rendra.2009. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: PUSTAKA BOOK PUBLISHER.

Jurnal

Rahmani, Puspa Dewi. *Aspek Hukum Penyelenggaraan Radio Swasta di Indonesia*, Jurnal Hukum Justitia. Vol. 24, No.3, Juli 2006.

Rahmat, Pupu Saeful. *Penelitian Kualitatif*. EQUILIBRIUM. Vol. 5, No.9. 2009. Hal 1-8.

Rosalia, Naiza. *Faktor-Faktor Penting Daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Radio Di Kota Semarang*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 1, No. 1: Juli 2012

Sukma, Mega. *Program Menu Sport Radio 107,9 FM Sebagai Media penyebaran Informasi Olahraga di Jatinangor Kabupaten Sumedang*. Vol. 2, No. 2, 2013. jurnal.unpad.ac.id/ejournal/article/download/3012/pdf_137 diakses tgl 7 November 2016.

Yusuf, Fachir. *Analisis Proses Produksi Program Berita Radio Metro Mulawarman Samarinda*. Vol. 4, No.3, 2016. 98-111. ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id diakses tgl 7 November 2016.

Skripsi

Wulandari, Sista Mauli. *Peran Tim Kreatif dalam Pengemasan Program Wayang 975 di Motion Radio*. Skripsi Komunikasi Pemasaran. 2012.

Website

Dipolkom.Bapennas.go.id, (akses 7 november 2016) (Jumlah radio)

http://1-mei.mhthamrin.web.id/en1/2549-2444/Daftar-stasiun-radio-di-Bali_62573_1-mei-mhthamrin.html (akses 7 November 2016)

<http://www.phoenixradiobali.com/aboutus.php> (akses 23 Januari 2018)

<https://kbbi.web.id/beda>

<http://www.kpid-baliprov.go.id/index.php/baca-berita/4505/Muatan-Lokal-adalah-Kekuatan-Bisnis-Radio> (akses 20 November 2016)

www.ozradiobali.co.id (akses 20 November 2017)

LAMPIRAN

Perusahaan Radio : Phoenix Radio FM
Nama Narasumber : Doddy
Devisi : Program Director
Tanggal Wawancara : 15 November 2017

Peneliti : Bagaimana sejarah berdirinya radio phoenix di Indonesia?

Narasumber : Sejarah berdirinya Phoenix radio Bali, Phoenix itu berdiri tahun 2002, tahun 2002 yang pasti pertama muncul phoenix ini sebuah radio yang membawa konsep dengan memutarakan lebih banyak lagu asia, nah setelah berlanjut kurang lebih adalah 2005, akhirnya phoenix berubah format, berubah total itu menjadi radio anak muda dengan mengambil segmen usia 15 sampai 25. Yang pastinya kami diperkuat, diperkuat oleh tim-tim dibelakang layer dan juga di on air dengan *positioning* sebagai radio anak muda yang menjawab kebutuhan anak muda itu apa. Akhirnya terbentuklah phoenix radio bali.

Peneliti : Visi Misi Radio Phoenix Bali apa kak ?

Narasumber : kalo visi misi phoenix radio bali sudah pasti adalah kita punya misi untuk mencerdaskan anak-anak muda terus mengakomodir adalah supaya anak muda semakin up to date, semakin aware, tapi yang pasti aaa, visi misi ini kami sampaikan lewat tema-tema bulanan yang kami bikin untuk menyadarkan kepada anak muda seperti contohnya adalah bagaimana menjaga kebersihan, bagaimana tertib berlalu lintas, karena kami sadar tugas kami sebagai media bukan hanya tugas kami untuk menghibur. Tapi kami mempunyai tanggung jawab kepada public selaku media untuk memberikan kontribusi yang “positif” kepada anak muda. Jadi konten-konten yang kami tawarkan, bentuk campaign” yang kami tawarkan juga ingin menyasar dan mengarah kearah positif, pergerakan positif untuk anak muda. Bagaimana anak muda supaya tidak mencontek, bagaimana anak muda bisa melihat gaya hidup atau trend tidak saja ikut”tan,tapi adalah bagaimana mereka mentelaah atau lebih tepatnya adalah mencari tahu mana yang baik karena kami mencoba menyampaikan informasinya secara seimbang.

Peneliti : Berapa Banyak program dalam radio Phoenix?

Narasumber : Program yang ada di phoenix mungkin bias di lihat di plotting jadwal, plotting jadwal itu adalah jam 05.00-09.00 setelah itu 09.00-12.00, jam 12.00-15.00, jam 15.00-18.00, 18.00-19.00, jam 19.00-22.00, jam 22.00-24.00. Itu plotting-ploting program yang kita buat, ada 6 ya..

Peneliti : Untuk struktur organisasinya sendiri terdiri dari apa kak?

Narasumber : oke, terdiri dari direksi, dibawahnya ada station manager, dibawahnya program director, lalu music director, ada marketing manager. Dibawahnya marketing manager ada AE

(2 AE), dan 1 Penagihan serta 1 traffic iklan. Sedangkan dibawah program director dan music director yaitu ada penyiar dan 1 lagi, yaitu 4 tahun yang lalu ada devisi digital.

Peneliti : Apa yang menjadi factor pendengar tetap setia dengan mendengarkan phoenix kak?

Narasumber : Yang menjadi factor / kekuatan kenapa pendengar tetap setia mendengarkan phoenix adalah yang pertama karena lagu. Kami punya music director yang sudah bertugas kurang lebih adalah 15 Tahun dan punya konten-konten yang ramah dengan pendengar, serta penyiar-penyiar yang mempunyai kedekatan emosional dengan pendengar di Bali. Dalam artian kami sadar bahwa, kami ada di Bali tidak berusaha untuk terlalu kejakarta-jakartaan, sok gaul, karena yang dibutuhkan oleh pendengar kami adalah kami menjadi apa adanya, dan menjawab tantangan dari pendengar tersebut. Karena anak muda, walaupun misalkan kita ada di Bali sekarang, dia memagn up to date tentang kejadian di Jakarta, luar negri, dsbnya, tetapi tidak melupakan bahwa bali punya keunikan tersendiri, ciri khas tersendiri.

Peneliti : Kenapa dinamakan Fruit Tea ini Indonesia?

Narasumber : oke, nama program ini sebenarnya adalah ini Indonesia, pada awalnya nama programnya ini Indonesia. Lalu mengalami branding, karena salah satu sponsor kami fruit tea, fruit tea itu ingin beriklan disini. Melihat kesuksesan program ini. Ini adalah sebuah program prime time sore yang diisi oleh 2 penyiar, yang punya karakter cukup kuat dengan konten-konten yang menjawab kebutuhan-kebutuhan dari para pendengarnya. Jadi, atas dasar itulah program ini ada, fruit tea ini Indonesia. Jadi nantinya kalo misalkan bukan fruit tea yang mensponsori, mungkin ada produk lain lagi yang akan masuk. Tapi sampai saat ini kurang lebih sudah aaa... sekitar 5 tahun fruit tea masih tetap memegang brand fruit tea ini Indonesia.

Peneliti : Kalo sebagai pendana/ pendukung. Seberapa besar Fruit tea ini ikut campur dalam proses perjalanan program?

Narasumber : 50 % dari mereka karena ini adalah program semi blocking , jadi 50% program ini ditanggung sama fruit tea.

Peneliti : berarti dalam rapat tentang program itu, ikut campur tidak ?

Narasumber : tidak, untuk rapat program, untuk konten program itu diserahkan kepada radio beserta tim kreatifnya.

Peneliti : Kenapa menyiarkan Fruit tea ini Indonesia pada jam sore kak?

Narasumber : oke, jam sore itu adalah jam-jam dimana anak-anak sudah pulang sekolah. Oke, pulang sekolah tujuannya karena sesuai dengan target kita. Kita kan yang dengerin anak sekolah, mahasiswa, jadi memang primetime jam 15.00-18.00 itu bukan tanpa alasan. Tapi karena menyasar anak sekolah , pulang sekolah biar berasa lebih segar minumnya fruit tea dengerinnya lagu Indonesia.

Peneliti : Programnya sendiri itu siarannya on air atau off air atau keduanya?

Narasumber : ada dua kombinasi, selain on air dia juga di dukung oleh kegiatan non on air, non air itu artinya ketika ada fruit tea ini Indonesia goes to school. Jadi kita bikin kuis di sekolah, kita bikin event-event di sekolah, itu juga menjadi kegiatan, dimana kegiatan tersebut akan dilaporkan oleh reporter tertentu, menyampaikan kegiatan apa yang dilakukan disekolah tersebut.

Peneliti : cara memperkenalkan program siaran pada awalnya gimana kak?

Narasumber : awalnya program ini pake strategi adalah pastinya lewat social media dan juga kekuatan on air, dia punya radio promo khusus radio ekspos namanya, radio expose itu di putar selain jam-jam fruit tea, jadi di 05.00-09.00, 09.00-12.00, itu ada promomnya, kamu bias dengerin fruit tea ini Indonesia di phoenix radio bali setiap senin-sampe jumat jam 15.00-18.00, itu merupakan salah satu promosi, selain itu di website, kami pasang juga di Instagram, facebook, semua

Peneliti : bagaimana tanggapan awal pendengar mengenai radio ini?

Narasumber : tanggapan awal orang-orang dengerin fruit tea ini Indonesia pasti acaranya rame, karena ini adalah program show jadi memang 2 orang penyiar yang mengandalkan konten-konten, konten dalam artian adalah semacam kadang isu, selebnews, good news, trus ada konten cerita sore, kuis, artis-artis juga memilih program ini untuk promosiin lagu mereka, jadi sampai saat ini sih mereka masih antusias, karena memang kekuatan yang kita punya adalah di penyiar dan di program. Jadi gak semua penyiar dapat membawakan program ini. Tapi bagaimana penyiar yang membawakan program ini udah debriefing oleh poduser, kita maunya apa, saya maunya apa sebagai program director, seperti itu.

Peneliti : jadi keunggulan pastinya itu bahwa siaran ini lebih matang di awal?

Narasumber : iya, hamper semua program siaran dibuat sematang mungkin, seditail mungkin tapi yang pasti adalah evaluasi selalu kami lakukan supaya terus meningkatkan kualitas.

Peneliti : Apa manfaat program ini untuk pendengar?

Narasumber : manfaat program, pasti saja menghibur masyarakat, mengedukasi mereka, serta memberikan informasi-informasi buat mereka, kenapa juga akhirnya ada konten-konten good news, good news dalam artian adalah berita-berita terbaik, kadang kan kita bosan mendengar berita masalah yang selalu negative baik tentang politik, tentang kebijakan dan segala macem, tapi di konten inilah mereka bias mendengarkan berita-berita baik. Jadi kenapa kita tidak... karena gini, kalo kita jujur kita lihat di social media pasti lebih banyak berita buruk dari pada berita baik ya kan, sedangkan banyak kok berita baik yang harus kita sampaikan dan tidak banyak media yang ingin menyampaikan tentang berita baik.

Peneliti : dalam program ini, ada tim kreatifnya tidak kak?

Narasumber : ada tim kreatifnya, ada produser namanya ovi, program director dan stasiun manager saya sendiri.

Peneliti : berarti tidak menggunakan pihak ketiga ya kak?

Narasumber : tidak,

Peneliti : kalo fungsi dari devisi-devisi ini apa saja kak?

Narasumber : kalo program director, itu adalah mengontrol semua kegiatan jalannya sebuah radio, tapi kalo produser itu membantu, menyiapkan, mengolah, dan membrieffing penyiar, supaya content tersebut saat disampaikan, sampai ke pendengar. Dilengkapi dengan devisi digital, ada dokumentasi, kalo jaman sekarang sudah canggih, video di Instagram, di youtube. supaya kegiatan itu terdokumentasi, misalkan saya interview artis A, supaya orang-orang yang tidak denger radio bsa juga menyaksikan atau mendengarkan obrolan tersebut, akhirnya kita posting di Instagram. Nah disamping itu kita posting di youtube, tetapi kalo misalnya dating arti kita Cuma ngobrol “halo apakabar? Karyanya apa? “ kan gak lucu, Prnya produser untuk mengolah di situ. Produser kira-kira mau ngapain, beberapa konten yang kita bikin adalah kayak cousin, cousin itu adalah kayak cover version dimana artis mendapat tantangan untuk mengcover sebuah lagu. Ada juga martabak, mari kita tebak, itu bagaimana dia menebak lagu-lagu abc yang liriknya tetap sama tapi nadanya di rubah, itu disiapkan oleh produser, teletubbies, tebak lagu bareng artis, itu adalah menebak lagu-lagu masa kini hanya di kasi potongan-potongan lagu untuk sang artis, apa dia bias atau tidak. Itu di persiapan oleh produser,

Peneliti : bagaimana tim kerja produksi bersosialisasi satu sama lain dan saling brainstorming satu sama lain ?

Narasumber : biar bisa brainstorming satu pemikiran sama penyiar, yang pasti kita selalu evaluasi sebelum dan sesudah, sebelum dan sesudah adalah sebelum dilakukan game tersebut atau tantangan tersebut kita ngobrol dulu, “kira-kira bisa gak ini dilakukan?” baik penyiar maupun PD setelah produser, oh kalua bisa ayo dilakukan. Kalo ternyata tidak bisa berarti ada kekurangan dari sebuah konsep, kita cari tau apa kelebihanannya apa kekurangannya, nah ketika kita tau kelebihan dan kekurangan itu artinya kita saling mengisi, oke dari penyiar punya pembawaan seperti ini, dari produser “oh ini bisa dilakuin”, itu yang di komunikasikan, setelah itu berjalan. Kita review lagi, tadi pas artis A konsep itu bisa dilaksanakan gak, jadi sebelumnya pun kita coba tes. Oh missal konsep seperti ini kira-kira artisnya nyaman gak, tetapi perlu kita jelaskan juga sebelum kita menchallenge artis ABC itu tetap kita koordinasikan dengan manager artis atau artisnya langsung. Supaya artisnya tidak bingung, mereka harus ngapain. Jadi dalam sebuah program interview artis, missal dalam satu jam kita bagi 3 segmen, segmen satu apa yang harus mereka lakuin, segmen 2 apa yang harus mereka lakuin, segmen 3 apa yang harus mereka lakuin. Dan kita briefing dulu, dan itu dilakukan oleh produser. Penyiar memastikan

bahwa produser sudah membriefingnya, nanti obrolan antara penyiar dan artis itu enak, nyambung, karena sudah tau apa yang dilakukan disegmen 1,2,3.

Peneliti : dalam program ini berapa kali melakukan rapat ?

Narasumber : hamper boleh dibilang any time kita meeting, karena semua produser sama penyiar kita ada disini, ngantor tiap hari. Senin sampai jum'at ngantor kita, jadi kapanpun kita tidak sampe menunggu satu bulan atau 2 semainggu sekali, kalo ada yang menurut kita ide terkumpul ayo kita langsung meeting. Jadi meetingnya gak formal kayak perusahaan-perusahaan atau yang kayak di bank. Kita meeting sambil minum fruit tea, sambil duduk, sambil ngobrol, itu bisa jadi sebuah meeting karena kalo kerja di sebuah radio mungkin lebih dituntut lebih kreatif, kreatifitas harus bisa muncul any time, jadi bisa kapan aja ada ide, ayo kita kumpul, kecuali in the middle siaran, gak mungkin pas siaran, biasa setelah itu baru atau sebelum siaran ayo kita bikin konsep gini-gini segala macam.

Peneliti : kalo dalam Fruit tea ini Indonesia apa saja yang di bahas?

Narasumber : seperti yang aku bilang, ada selebnews itu informasi selebriti terupdate, good news (berita-berita terbaik dari dalam negri), banyak sih sebenarnya. ada psikologi itu bagaimana menebak kepribadian seseorang dari apa yang mereka pilih, jadi gini kita punya semacam challenge buat mereka, kamu pilih abc atau d ada optionnya, nanti kita menebak kepribadian mereka, trus klo sore, ada cerita sore. Cerita sore itu adalah sebuah cerita yang disampaikan oleh penyiar yang sudah di taping itu direkam nanti ada quotes terakhir, pesan moralnya apa. Oke, tetapi disamping itu juga kita punya PGP, PGP itu adalah nanti buka di website. Ada deskripsi program, disitu lebih lengkap, ada juga yang...aaa... diamping itu yang situasional paling ngajak artis untuk ngejam bareng, ngobrol, segala macemnya.

Peneliti : untuk musik yang disiarkan, berapa lama batas kelayakannya?

Narasumber : oke, untuk phoenix sendiri itu untuk musik paling tua itu adalah tahun 2013. Dia ada perubahan per tiga tahun.

Peneliti : konsep kreatif yang ditetapkan oleh program ini dibandingkan dengan program lainnya?

Narasumber : konsep kreatifnya adalah disini talkshow, talkshow itu adalah obrolan, dia sesuai dengan tagline fruit tea banyak sensasinya, jadi penyiar penyampaiannya pun cheerful, ceria, informative, tidak menggurui, tapi konsepnya talkshow, dialog, cekat,

Peneliti : cara menentukan kelayakan konten bagaimana kak?

Narasumber : cara menentukannya adalah , menentukan kelayakan sebuah konten pasti kita ada internal meeting. Kita cari needs and want dari pendengar, mensurvey beberapa orang untuk menjadi bahan uji coba program tersebut bisa masuk tayang atau tidak.

Peneliti : bagaimana tahapan-tahapan konten dari sebelum disiarkan hingga disiarkan tu melalui berapa tahapan sih kak?

Narasumber : oke, kalo ngebahas tahapan konten. Kalo konten live yang pasti adalah kita ada internal meeting, sumber konten, lalu editing konten, baru penyiaran. Sedangkan untuk beberapa siaran yang di tapping, itu tahapannya adalah internal meeting, sumber konten, editing, produksi ya di produksi dulu, baru penyiaran.

Peneliti : bagaimana melayani sebuah narasumber ?

Narasumber : oke mungkin kalo kamu lihat dari ruangan siaran, kita menyediakan fasilitas yang sangat nyaman. Dengan ruangan yang sedemikian aku bilang cukup berkelas, cukup wah, cukup bagus untuk mereka duduk. Disamping itu kami menciptakan pola komunikasi yang bagus, dalam artian adalah mereka tidak merasa di cuekin ketika sudah ada produser yang siap menemani mereka mengobrol dan marketing kami untuk mengobrol. Jadi memastikan jadwal, list pertanyaan, apa yang harus ditanyakan, dan kami tau karena kita hanya bisa di dengar, bagaimana cara kami juga untuk membrefieng mereka, supaya mereka bisa siaran dengan nyaman dengan mengetahui segmen radio, dengan mengetahui panggilan pendengar radio, dan lainnya.

Peneliti : bagaimana evaluasi yang dilakukan tim produksi?

Narasumber : kalo evaluasi sih kepada bagaimana membahas sebuah konten yang menarik. Apa yang kira-kira perlu dibahas, apa yang kira-kira tidak perlu dibahas. Lebih kepada konten, kalo penyampaian mungkin boleh dibilang peyiar sudah tau guidenya seperti apa. Tapi adalah konten apa yang tidak basi untuk dibahas, lebih kepada konten.

Peneliti : kendala dari pra produksi hingga pasca produksi ini apa saja kak?

Narasumber : kendala paling sampai saat ini adalah..... apa ya..... belum pernah sih kami merasa terkendala, tapi pasti ada kendala-kendala. kendalanya adalah mentoknya ide, karena semua berdasarkan ide, kalo mentok ide ya kami harus jalan-jalan, harus nongkrong untuk mencari ide, jadi kaya sharing, ke mall,itu biasa kami dapat ide-ide segar, tapi kalo kendala produksi sih belum pernah sih, karena sampe saat ini planningnya sudah jelas jadi tiak pernah mengalami hal seperti itu,

Peneliti : langkah apa yang dilakukan untuk memperbaiki siaran?

Narasumber : kalo memperbaiki siaran yang pasti adalah coba kita mendengarkan rekaman siaran kita lagi, karena 19 jam itu kan direkam, terus 3 jam siaran juga direkam, jadi kita dengerin lagi. Pasti kita ada meeting perbulan, meeting evaluasi siaran, yang pasti ada masukan dari beberapa tim untuk supaya “ouh kira-kira siarannya udah bagus apa belum, tik toknya udah bagus apa belum, terus chit chatnya penting apa ngalor ngidur, itu juga dilakukan karena evaluasi, karena evaluasi dan monitoringnya ada.

Peneliti : Berarti yang besar itu yang sebulan itu ya kak?

Narasumber : iya, itu khusus tidak hanya fruit tea. Yang sebulan itu semua program.

Peneliti : berarti dalam program ini banyak konten-kontennya ya kak?

Narasumber : iya banyak, memang itu Prnya. Maksudnya karena kamu siaran dari senin sampai jumat, kita konten mu itu-itu aja takutnya tidak menarik, kan Pr tuh, nah diradio itu selalu bertabarkan dengan ide, ide apa nih sesuatu yang fresh, sesuatu yang baru, itu kita gali lagi-gali lagi, itu yang terus kita upgrade. Jadi yaaaa...

Peneliti : itukan dari senin sampai jumat, dalam hari itu beda-beda apa ada siaran khususnya perhari?

Narasumber : beda konten, beda-beda, jadi misal masalah talkshow atau apa itu ada situasional namaya. Contoh nanti sore ada talkshow, tapi kita udah tau sebelumnya, tapi talkshow itu tidak selalu menjadi sebuah konten, konten yang tetap ada, tapi kalo konten talkshow atau arti itu konten situasional namanya.

Perusahaan radio : Phoenix radio FM
Nama : Marta Gorla
Devisi : Host
Tanggal Wawancara : 15 November 2017

Peneliti : Tugasnya Host di sini apa saja ya kak?

Narasumber : tugasnya kita sendiri di Fruit tea ini Indonesia adalah untuk membranding fruit tea sendiri. Jadi ajakan pendengar untuk mendengar Fruit tea sendiri tapi di rogram kita juga ajakan untuk mendengarkan lagu Indonesia lalu banyak kayak info-info yang kita kasi, seputar hal-hal yang lagi trending saat ini, biasanya gitu sih.

Peneliti : Visi misi radio apa kak?

Narasumber : Pokoknya kita radio anak muda sih, kita pingin bikin anak muda itu jadi smart, sama kayak radio kita, kita kan bawaanya ceria, tau banyak hal.

Peneliti : Pandangan kak sebagai host, bagaimana menurut kakak Fruit tea ini Indonesia?

Narasumber : Pertama karena kita membranding Fruit tea ini Indonesia, ini Indonesia karena memang di jam 15.00-18.00 mau weekdays ataupun weekend kita memutarakan lagu-lagu dari dalam negri saja.

Peneliti : jam berapa siaran tersebut ?

Narasumber : jam 15.00-18.00 sore, weekdays.

Peneliti : kalo penyiar, biasanya dilatihnya bagaimana ya kak?

Narasumber : awal masuk itu kita ditraining, trainingnya sekitar 2 sampai 3 bulan. Ditraining itu kita diajarin bagaimana caranya menyiarkan dengan baik, itu sudah termasuk intonasi, cara baca nama artis, dan kayak berbahasa inggris, itu yang pentng.

Peneliti : kalo dalam program ini host ikut rapat ?

Narasumber : iya, ikut rapat.

Peneliti : berarti memberikan ide juga?

Narasumber : iya tentunya kita memberikan ide,

Peneliti : kalo di program ini berapa besar kesempatan kk untuk memberikan ide?persentasenya?

Narasumber : cukup besar, ouh persentasenya, biasanya saya, produser, dan host satunya lagi kak doy, ya inilah saling diskusi. Biasanya diskusi dari internal kita aja.

Peneliti : apa saja yang dibahas dalam program fruit tea ini Indonesia?

Narasumber : pertama kita membawakan seleb dalam negri, terus good news gitu, terus kita jga bawain hal-hal penting kayak “tau tidak ada sutradara dari Indonesia yang tidak terkenal seperti sutradara lainnya, jadi kaya berita-berita bagus gitu lah.

Peneliti : dikarenakan host merupakan dibawah produser, agar terciptanya satu pemikiran itu bagaimana kak?

Narasumber : seperti yang tadi saya bilang, itu pasti ada rapat internalnya, dan sering-sering ngobrol sih.

Peneliti : ada hiburan-hiburan kayak meetingnya diluar?

Narasumber : meetingnya di luar.

Peneliti : saat berbicara dengan narasumber, tahapan-tahapan agar tidak terjadinya miskomunikasi atau tersinggung, bagaimana kak?

Narasumber : interview orang luar ya, biasanya kita nanya dulu sih dan kita udah punya pakem-pakemnya untuk apa sih yang mau diomongin, sama narasumber dan itu biasanya sudah disetujui oleh narasumber, dan kita sendiri, jadi saat mau ngomong kita Tanya dulu “kira-kira ini udh bener” jadi kita punya pakem-pakemnya sendiri.

Peneliti : dalam proses siaran, itu dalam materinya kakak miss, bagaimana cara kakak memperbaikinya? Saat berbicara dengan narasumber?

Narasumber : saat berbicara dengan narasumber, biasanya kita lebih ke cari tau dulu sih, kalo misalkan miss, kita langsung menanyakan ke narasumber, jadi dia sudah mengerti dengan pakemnya.

Peneliti : kendala yang di alami dalam proses produksi?

Narasumber : beberapa kayak idenya seperti ini, tapi pas eksekusi kurang seperti yang kita, tapi wajar lah namanya juga masih dalam proses. Tidak mungkin 100% langsung bagus gitu, jadi gitu aja sih.

Peneliti : langkah untuk memperbaiki siaran tersebut bagaimana kak?

Narasumber : dengerin orang, misalnya gini kalau ada orang yang dengerin kita, terus Tanya aja ke mereka bagaimana siaran saya, gitu, sama dengerin siaran sendiri, Tanya kepartnert, tadi siaran saya bagaimana ya. Evaluasi diri lebih tepatnya.

Peneliti : bagaimana tahapan konten sebelum disiarkan hingga disiarkan?

Narasumber : kalo di phoenix yang cari bahannya itu dari penyiaranya sendiri, jadi kita pasti lebih tau apa yang mau kita bicarakan, jadi untuk mungkin yang tadi pertanyaan kayak ada miss atau gimana kayaknya jarang sih soalnya kita sudah liat dulu apa yang kita mau omongin.

Peneliti : bagaimana cara tim produksi mencari informasi yang berhubungan dengan dengan content?

Narasumber : untuk mencari informasi kita lihat apa yang trending, trus pasti sesuai dengan kode etik jurnalis, ini bener gak beritanya, hoax atau gak qualifid

Peneliti : untuk menentukan kelayakan dari konten tersebut?

Narasumber : biasanya kita baca sih kak dan ternyata gak layak ya udah gak mungkin kita bacain.

Peneliti : konsep kreatif yang di tetapkan dalam siaran fruit tea ini Indonesia ini bagaimana kak?

Narasumber : kita lebih ke cheers, fun, anak muda banget sih kita, jadi kan segmenn radionya juga teen jadi kan seperti itu konsepnya.

Peneliti : keunggulan dari Fruit tea ini Indonesia apa kak?

Narasumber : kita anak muda banget.

Peneliti : manfaat program ini ?

Narasumber : karena jam 15.00-18.00, jam-jam orang, ank-anak pulang sekolah, pulang kampus, jadi kita menghibur mereka gitu, lupain dulu deh cape-cape yang dari jam-jam sekolah, jam-jam kampus tadi. Santai dulu.

Peneliti : bagaimana tanggapana pendengar?

Narasumber : sejauh ini sih baik

Peneliti : bagaimana kelayakan music ?

Narasumber : paling lama 2013

Perusahaan radio : Phoenix radio Fm
Nama : narasumber 1 : ovi
Narasumber 2 : dipa
Devisi : narasumber 1 : produser + penyiar digabung menjadi kreatif produser
Narasumber 2 : digital + penyiar
Tanggal Wawancara : 15 November 2017

Peneliti : kenapa dinamakan Fruit tea ini Indonesia?

Narasumber 1 : soalnya itukan di branding sama fruit tea, jadi dia mengambil blok di bloking, selain satu sebagai media promosi juga, keuntungan buat kita dia mengiklan tetapi disisi lain itu kan nama programnya sudah melekat, jadi untuk membranding orang itu juga jadi udah lebih tau banyak tentang fruit tea. Makanya namanya fruit tea ini Indonesia sekalian branding fruit teanya sendiri sih

Narasumber 2 : hampir sama sih jawabannya, karena kan di branding juga sama fruit tea, kenapa dinamakan fruit tea ini indonesia karena sebelumnya namanya ini indonesia karena lagunya juga lagu-lagu indonesia. Karena di branding sama fruit tea jadi namanya fruit tea ini indonesia.

Peneliti : jam berapa siaran ditayangkan ?

Narasumber 1 : jam 15.00 jam 18.00 sore

Narasumber 2 : jam 15.00 jam 18.00 sore

Peneliti : kenapa menayangkan pada jam tersebut?

Narasumber 1 : karena itu jam prime time sih menurut saya. Di bali primtimenya sih biasanya jam 15.00-18.00, kalo hitung-hitungan pulang sekolah, berangkat les gitu, makanya namanya prime time, jadi mayoritas orang-orang pada di jalan. Orang-orang pada pulang kerja.

Narasumber 2 :

Peneliti : cara memperkenalkan program siaran ?

Narasumber 1 : kalo kita sih biasanya meeting dulu nih, nentuin konsep dulu seperti apa, trus kalo jalanin sini sih, kita uji coba dulu, buat kita sendiri bias gak sih itu di terima, kalo misalnya bias diterima sama kita dulu kan yak arena kita sevisi semua anak muda lah gitu ibaratnya yah, baru kita memperkenalkan-memperkenalkan melalui on air- melalui digital, bias lewat Instagram, youtube

Narasumber 2 : jadi setelah konsep jadi, baru kita promoin, dan buat media promonya itu yang bakal di upload di social meda, soalnya kan sekarang anak muda mainannya social media.

Lebih gampang taunya lewat social media, jadi kita promonya pertama kali mungkin lewat social media. Mungkin lewat siaran-siaran sebelumnya.

Peneliti : tanggapan awal menurut kakak bagaimana?

Narasumber 1 : tanggapan awal memang suka si, kalo saya suka, dalam hal lagu sama konten. Tanggapan awal sih suka. Karena isinya bagus, kebetulan saya kan anaknya Indonesia banget ya,

Narasumber 2 : bagus, jadi dibuatin kayak lebih special gitu dibandingkan dengan Cuma sesi Indonesia aja ada branding dari sebuah brand itu kan buat orang-orang itu jadi lebih bagus , lebih gimana ya... lebih.. “ wah ini acaranya keren ya bias dibranding, bias sampe ada sponsor yang masuk” jadi orangnya “ wah ini acaranya keren ni”

Narasumber 1 : kaya lebih aware gitu ya

Narasumber 2 : lebih aware lagi, dan juga konten-kontennya seru-seru ada percaya gak percaya-ramalan-ramalan bintang, abis itu ada Tanya apa saja, yang bikin pendengar itu jadi pengen nanya seputaran acaranya seputaran phoenixnya juga, dua arah lah komunikasinya.

Peneliti : disini bagaimana cara kakak mencari konten/ide dimasukkan dalam rapat untuk di ajukan?

Narasumber 1 : kalo sih lebih banyak browsing gitu ya di internet. Juga lebih banyak cari tau, kira-kira kalo diluar itu bagaimana sih trendnya sekarang, gak Cuma focus mentok di bali aja jadi kita cari referensi jadi kita cari link ya, terus setelah kita dapat referensi mungkin gak itu di aplikasikan disini. Kita ketika ambil referensi bukan artian mengcopy 100%, kita sebagai kreatif harus mengembangkan lagi ide yang kita dapatkan ini misalnya itu idenya bias dikembangkan lewat diskusi. Kalo menurut aku paling efektif banget itu diskusi sih setelah dapat “eh ini lucu ya, gmana bias dikembangkan gak ?” kaya gitu terus tercetus akhirnya suatu acara atau suatu konten kreatif yang baru

Narasumber 2 : sama sih, banyakin referensi juga, banyakin denger-denger radio lain, jadi gak menutup kemungkinan ide itu bias dating dari program lain juga, kalo aku sih percaya ATM. ATM itu amati tiru modifikasi, kita boleh aja liat-liat semua program-program radio-radio lain, ya kita tiru banget mungkin enggak, kita modifikasi lagi

Peneliti : bagaimana cara tim produksi bersosialisasi kak hingga menjadi brainstorming?

Narasumber 1 : kalo aku sih, pasti perbedaan itu bakal gito loh, maksudnya semakin banyak kepala kita pingin satu sisi juga ego, menurut aku kayak gini. Kerenan buat kayak gini, kerenan buat kyak gini. Nah kalo menurut aku enakny ada perbedaan aku, malah aku lebih suka banyak yang beda jadi semakin banyak lagi ide yang yang muncul itu bias lagi dikembangkan-dikembangkan. makanya buat aku sih dibilang enjoy ya aku enjoy sama perbedaan yang ada gito loh di antara kita. Perbedaan itu malah yang membuat endingnya enjoy. Bukan jadi suatu permasalahan.

Narasumber 2 : kita kayak pendekatan gitu sih masing-masing kepala, banyakin ngobrol, banyakin tau karakter dia kayak gimana sih, supaya dapetin waktu meeting itu ouh dia orangnya kayak gini ouh. Jadi setelah kerja jalan bareng kemana. Nongkrong atau makan, kayak pendekatan sih ya satu sama lain

Peneliti : apa saja yang dibahas dalam program ?

Narasumber 1 : berarti konten Fruit tea ini Indonesia ya? Dari namanya sudah Indonesia berarti semua tentang Indonesia yah, muali dari good news, kabar apa sih yang dating, kabar-kabar baik apa sih di Indonesia yang lagi happening entah itu dalam bentuk prestasi, atau Indonesia sebenarnya mengembangkan sesuatu yang baru dan diterima dalam skala internasional, trus juga Indonesia pasti kita ngomongin gossip pasti ada, tapi kalo aku sih amatin selama ini, kita milihnya berita-berita yang positif, walaupun itu gossip, entah itu bener atau gak. Bagaimana itu tetep bisa memacu, kalo aku sih suka yang bagian-bagian kayak gitu maksudnya dalam konten itu kayak gitu yang tetep di utamain, terus juga ya. Anak muda kan suka pasti lah suka di ramal-ramal kayak gitu, kalo di fruit tea sendiri punya konten Opsi, kita kasi pertanyaan, terus juga ada makna dari pertanyaan-pertanyaan yang kita pilih itu apa, kalo aku sih suka, maksudnya aku terkadang untuk menentukan atau membuat atau bahkan mengcrate sesuatu pasti memposisikan diri dong diriku sebagai pendengar bukan sebagai orang yang menciptakan sebuah karya misalnya, jadi kira-kira aku dikasi kayak gini aku suka gak ya, kayak gitu, jadi menurut aku kalo dari isi konten-konten di Fruit tea, kayak tadi aku bilang kayak opsi, terus juga ada TAS Tanya apa saja, ada SEPATU untuk menerima kritikan, menurut aku sih dari segi konten semuanya masih aman dan pun aku jadi pendengar suka.

Narasumber 2 : konten yang belum di kasi itu cerita sore ya, cerita sore itu ngasi tau, kayak cerita tentang kehidupan, dan itu juga di jam-jam sore, ya jam-jam agak mellow lah ya, sudah sore-sore. Aku suka sih dengerin cerita itu, jadi satu sisi itu ada yang menginspirasi juga, ada yang aku juga nungguin nih cerita sore itu “ ah hari ini ceritanya tentang apa ya, hari ini sedih gak ya, karena kan gak sedih-sedih mulukan ya, pasti ada yang seneng-seneng. Tapi di jadiin kayak ada ada valuenya lah, ada maknanya gitu.

Peneliti : bagaimana konsep kreatif yang ditetapkan dalam program ini kak?

Narasumber 1 : maksudnya gimana tuh?

Peneliti : misalnya didalam rapat itu enak gak, dalam rapat itu kaku atau santai?

Narasumber 1 : enggak sih, kita lebih fun gitu ya, trus juga tadi kan ngebahas konten nih, kadang kan di beberapa program sering adanya interview artis, nah itu konsepnya beda lagi kadang, jadi dalam artian, jadi konten didalamnya akan berubah gitu, proses kreatifnya pun nanti ketika ada suatu insert dalam dalam hal ini artis itu pasti akan kita rombak lagi, kurang lebih kalo artis itu satu jam, jadi perubahan konten dimana juga caranya supaya para pendengar itu suka gak ada boring, bukannya gimana sih, kadang kalo kita denger interview diradio deh, kita suka males ya. Ih gitu-gitu mulu yang di omongin, jadi kalo disini aku sih sama temen-temen, kita itu pengen mengcrate sesuatu 70% kita main games, 30% kita akan bertanya tentang careernya, tapi di 70% game itu gak lepas dengan promonya itu, jadi kita dari

game itu kita bisa ambil value tapi dibuat lebih unik, lebih asik, jadi pendengar pun selama ini feedback juga bagus, ya, banyak yang sukalah, khususnya orang-orang label, artisnya sendiri pun di intertain kayak gitu tu jadi happy, kayak gitu sih menurut ku, jadi itu beda lagi ya proses buatnya dan itu kerja sama juga sama digital.

Narasumber 2 : kalo untuk tim digital, kalo konten yang ada artis itu sebelumnya udah dikasi tau kalo ada artis A, jadi dari tim digital bakalan produksi promo, “jadi bakalan ada artis A nih yang nanti datang ke phoenix radio di Fruit tea ini Indonesia jam 16.00, jadi pendengar itu bakal “oke, aku mau denger ah artis ini” jam 16.00 jadi kita buat materinya jadi bakal kita blas di social media jadi jadi pendengar itu bakal “oke, aku mau denger ah artis ini jam 16.00 mereka mau bawain apa aja” nah nanti setelah artisnya sudah datang, interview, main game atau apa, nanti dari team digital bakal produksi juga post video, jadi kita juga ada konten youtube kan, itu nanti dari pendengar yang gak denger bisa nonton rekaman interviewnya itu di youtube, kita bakal buatin videonya gitu,

Peneliti : biasanya tim digital berkomunikasi dengan tim apa kak?

Narasumber 2 : tim PD ya, sama semua juga sih tim kreatif juga, dari produser juga, kita kan harus tau materinya mau apa kontennya mau apa waktu artis dating, misalnya games, perlu disiapkan beberapa kamera untuk games, gitu. Terus juga di bagian produksi ada rekaman suara, bumper-bumpernya bisa di minta di tim produksi,

Narasumber 1 : sama menurut aku lebih efektif kita udah tau nih, mayoritas artis itu banyak di pake di jam fruit tea, karena yang dating artis Indonesia, lebih efektif banget karena lagu-lagunya nyambung, lagu-lagu Indonesia semua terus ketika kita sudah tau sekedulnya datang tanggal sekian nanti dibuat dalam bentuk media social dan itu reaksi dari peaners kita menurut aku bagus banget, mereka sampe bisa datang kesini untuk melihat artisnya, ngajakin foto, jadi makanya menurut aku kerja sama kita so far sih bagus.

Peneliti : bagaimana evaluasi yang dilakukan ?

Narasumber 1 : kalo evaluasi yang pertama, kita evaluasi gak pernah lama-lama ya, habis sudah talkshow nih, sorenya kita sudah bahas lagi, kira-kira tadi apa sih yang kurang, oh ternyata kurang rapi atau durasinya kelamaan seperti itu, tapi biasanya juga kadang untuk tau celah-celah yang negatifnya kadang gak datang dari kita, kadang kan kita gak ngerti situasi artisnya lagi suntuk atau apa bosen, ngeboringin itu cepet” dari tim kita yang kayak gitu, hal hal kayak gitu sih biasanya kita kembangin terus supaya nanti itu lebih baik, missal kayak artisnya gak suka kita apasihantisipasi yang kita berikan, kalau evaluasi sih setau aku kayak gitu, ngobrol atau kita dengerin lagi rekamannya. Kita juga evaluasi dari videonya, oh ternyata kurang bagus ya pencahannya, tapi sebelum di posting juga kita sudah ngeliatin dulu kayak gimana.

Narasumber 2 : kadang evaluasi bisa datang langsung dari artisnya, tetapi gak dalam formal, nantinya dia ngobrol ouh gamenya seru loh eh gamesnya kaya gini,

Narasumber 1 : so far sih semua orang pada suka, untungnya ya, mereka sampe kayak mengupresiate, ternyata bisa ya ngasi game kayak gini. Rata-rata dari mereka sudah keliling 7 radio itu-itu mulu yang di tanyain.

Narasumber 2 : pasti pertanyaannya sama dong, kayak promo single apa, ditanyain di 7 radio itu. Tapi kita ingin merubah itu kayak lebih fun.

Narasumber 1 : gitu sih kalua evaluasi kita lebih banyak ngobrol, gak pernah evaluasi lewat sms, kita ngobrol, bahas, gimana biar lebih baik nanti kalua ada artis yang datang lagi, kita coba deh dengan yang lebih baik.

Peneliti : apa saja kendala yang dialami oleh tim kreatif dan tim digital ?

Narasumber 1 : ide sih , maksudnya kadang kalua aku itu tipikal yang, kadang suka gini, ada misalnya bulan yang artisnya bisa dateng 5, pernah kayak 3 hingga 4 itu pernah, entah dia phone interview, dateng kesini maksudnya kadang kan itu pr banget kita harus mikir gamesnya itu harus fresh. Dan pertanyaan-pertanyaan lebih bagus, kadang kalau buat kayak gitu gak gampang, kita harus persiapan, persiapan juga bisa cukup lama, 5 harian. Mau gak mau harus di cicil, udah diketik lagi, kalo ada ide diketik lagi, atau aku tulis, makanya aku selalu bawa catatan apa, karena gak Cuma untuk kreatif aja. Kadang kan kita harus mengcreate iklan, bagaimana sih iklan biar nyampe ke pendengar. Masa kita konsepnya itu-itu aja. Jadi, kalo apa itu tulis, tapi so far sih tim kreatif sih ide.

Narasumber 2 : ide, aku dari tim digital, bagaimana sebelumnya kita buat sebelum artis dateng supaya peaners ngeh adanya artis, mungkin dari akunya pemilihan gambar, kaya mungkin pemilihan foto-foto artisnya, gak mungkin kita memilih foto artis yang jelek juga, pasti kita pake foto yang baru-baru supaya menarik juga dilihat disosial media, terus setelah interview di videonya terus bagaimana videonya itu menarik buat ditonton peaners di youtube, dan gak ngebosenin, itu sih kendalanya. Jadi sebelumnya diupload juga kita tunjukkan dulu ke temen disini, “menurut lo ngebosenin gak filmnya” atau kalo udah oke langsung di upload, kalo ngebosenin mungkin ditambahin apa, supaya gak ngebosenin di satu gambar, mungkin di selingin dengan gambar-gambar yang lain, gitu sih supaya gak ngebosenin aja sih

Peneliti : bagaiman cara memperbaiki siaran?

Narasumber 1 : kalo aku sih, kita gak mungkin, kalo aku itu tipikal kalo ada salah nih, gak mungkin detik itu juga, aku tu suka pas sudah kelar siaran, intinya lebih komunikasi lagi.

Narasumber 2 : kalo sih ngobrol, yaa, lebih komunikasi lagi,

Peneliti :

Narasumber 1 : jadi kita itu banyak banget games stock gitu, banyak kita kadang main, tapi dari sana kita kebantu banget sih jadi lebih refresh,

Narasumber 2 : jadi kita iseng-iseng main game tebak lagu bisa jadi konten, padahal awalnya iseng-iseng aja,

Narasumber 1 : awalnya kita coba-coba dulu trus kita coba di siaran sama artisnya, awalnya ada pro kontra, maksudnya enakya dibawa pas apa ya, pas live, pas tapping, awal-awal tapping itu kita rombak-rombak sampe akhirnya jadi satu pakem yang bagus,

Tambahan narasumber doddy : kita memang diciptakan dengan interior, decoration, anak muda banget, dynamis, internet bebas, gimmick-gimmick permainan disediakan sama bos, dan kita di gaji secara profesional, thas way kayak aku sendiri 14 tahun, pokoknya semua penambahan konten di phoenix radio itu semua berkoordinasi,

perusahaan radio : D'Oz radio Bali
Nama : jasmine samara
Devisi : Program Director
Tanggal wawancara : 2 Januari 2018

Peneliti : apa saja visi misi dari radio D'Oz Bali?

Narasumber : visi misinya oz itu sebagai media massa itu pastinya memberikan informasi kependengarnya sekaligus juga memberikan hiburan. Kurang lebih visi misinya memberikan informasi dan hiburan ke pendengar di Bali khususnya di wilayah Kuta

Peneliti : Berapa banyak jumlah program yang dimiliki ?

Narasumber : kalo program kita kurang lebih prime time punya 2, mata sapi sama sore santai, terus kita ada BaliHOp, kita ada TOP tracks, ada kamus Ozers, Love cinta, Hit list, just it weekend, just its request, indieOz, segitu ya kurang lebih.

Peneliti : Seberapa luas jangkauan dari pemancar?

Narasumber : secara hukum kita itu adalah ada di wilayah kuta, jadi radio ini adalah meliputi Kuta, tapi secara pemancara karena wilayah kuta tidak terlalu besar, jadi kita kalo ketabanan sampe, keubud sampe, beberapa wilayah sampe, bahkan ke karangasem sebenarnya ada beberapa wilayah yang sampe, tergantung dari radionya, gitu... kekuatan receivernya sih. Kalo receiver mobil biasanya sampe karangasem, bahkan tabanan. Saya kemarin dari gilimanuk ke kesini kamaren masih bersih.

Peneliti : apa saja faktor pendengar tetap setia mendengarkan Oz?

Narasumber : kalau dengerin itu mungkin mereka ada yang ada beberapa jenis pendengar ya, ada pendengar yang loyal sama penyiarinya, trus ada juga pendengar seneng sama program, ada suka sama musiknya. Jadi kalo yang dibilang faktor pendengar tetap setia sama oz ya, ya pendengarnya punya keterikatan pribadi dengan penyiarinya, trus kalo musik itu juga bisa, atau ya mungkin bisa konten programnya. Kurang lebih itu

Peneliti : kenapa dinamakan program sore santai?

Narasumber : namanya kenapa sore santai, pasti itu ditayanginnya sore disaat orang-orang pulang beraktifitas, pulang kantor, pulang kuliah, maksudnya biasa kan haktik kan pulang gitu, perjalanan itu hektik, semua pingin buru-buru pulang kerumah, pingin buru-buru istirahat, ya namanya sore santai kita kepinginnya Ozer. Pendengar kita, begitu mendengarkan program itu jadi santai. Gitu. Gak terlalu tegang mengingat harinya yang kebelakang.

Peneliti : dari jam berapa sampe jam berapa kak?

Narasumber : jam 16.00-19.00 itu prime time kita.

Peneliti : mengapa memilih menayangkan pada jam tersebut?

Narasumber : itu jam yang paling tinggi pendengarnya yah, jadi kita punya 2 jam prime time, kenapa kita sebut primetime, karena disitu paling banyak jumlah pendengarnya, di pagi dan sore. Jadi kenapa memilih ditayangkan disitu karena itu picknya pendengar kita disitu.

Peneliti : itu berdasarkan survei?

Narasumber : iya itu berdasarkan survei dan memang ini berlaku national mungkin ya, prime time itu program program utama memang ditaruh di pagi, di 06-10, kalo di sore di 16.00 ke 19.00. itu kurang lebih, kurang lebih seluruh indonesia sama.

Peneliti : apakah program menggunakan siaran siaran dalam bentuk on air atau off air, atau keduanya kak?

Narasumber : on air sih, kalo off memang sekarang banyak off airnya, tapi tidak terlalu lebih banyak ke off air sih.

Peneliti : bagaimana memperkenalkan program sore santai ke masyarakat kak

Narasumber : hmm, kita promo di sosmed ya, kalo untuk sekarang kita banyak promo sosmed ya, kita juga banyak bagi-bagi hadiah, kuis di on air, kuis di sosmed. Itu sih cara kita memperkenalkan siarannya.

Peneliti : bagaimana tanggapan awal hingga detik ini masyarakat terhadap siaran sore santai?

Narasumber : sore santai ini sudah beberapa kali berubah format, jadi ini adalah format terbaru kita, baru berjalan sekitar 6 bulanan yah, dan responnya oke, kalo sebelumnya kita sempet 2 cowok penyiarnya, tapi terus sudah jenuh, makanya kita ubah lagi format, tapi dengan nama yang sama, kalo dulu formatnya yang siaran cowok-cowok, sekarang cewek-cewek.

Peneliti : kalo format yang dulu digunakan apa kak?

Narasumber : kalo dulu itu yang karena cowok-cowok, cowok tidak mungkin akan berbicara beauty, tidak mungkin akan berbicara sesuatu yang lebih gossip, so far sih dengan format yang baru ini karena kita banyak pendengarnya cewek dengan penyiarnya cewek dan menyampaikan informasi yang lebih girly lebih tepat sasaran sih.

Peneliti : kalo formatnya apa hiburan gitu kak?

Narasumber : hiburan dan informasi sih, Cuma informasinya bukan berarti kita bicara hardnews ya, informasinya juga informasi yang sesuai dengan tipikal, bukan berita kriminal atau berita-berita yang berat politik, pendengar kita gak kisitu arahnya.

Peneliti : apa keunggulan dari program sore santai, dari program lainnya

Narasumber : karena sore santai all in ya, kalo di program lain Cuma membahas lagu baru doang, membahas tempat hangout doang, ini bahas informasinya menyeluruh, informasinya

lebih lengkap, topik-topiknya lebih fariatif, lagu-lagunya juga lebih luas dari range tahun dan genrenya, kurang lebih seperti itu, jadi kelebihanannya lebih all in.

Peneliti : manfaat sore santai untuk pendengar?

Narasumber : kita kasi informasi terkini, kaya misalnya kita kasi informasi traffic update, kita juga bali update juga jadi yang kekinian informasi di bali, traffic ya, perlu banget traffic orang lagi di jalan pingin tau macet dimana kalo ada kendala apa di jalan.

Peneliti : apakah ada tim kreatif

Narasumber : kalo kita untuk sore santai itu ada tim kreatif, itu wina kreatifnya, ada je produksinya, ya sama saya, berempat sama penyiarinya, kurang lebih seperti itu. Produksi 1 orang, kreatif 1 orang, penyiar 1, saya sebagai program directornya, saya sebagai headnya dari semua. Emang tidak terlalu besar timnya,

Peneliti : fungsi-fungsi dari devisi tersebut kak?

Narasumber : kalo kreatif lebih menggali mengesplor materi-materi yang bisa ditampilkan, nah nanti ketika ada yang perlu di produksi, misalnya harus ada bumper, harus ada cuttingan-cuttingan tertentu, harus di serahkan ke produksi tapi dengan guide line dari kreatif, ouh kreatif “gue maunya begini-begini” hasil akhirnya, nah penyiar tentunya akan memberikan masukan, memberikan input, akan menjadi bahan argumen berargumen juga karena penyiar “wah gaenak nih gue nyampein, karena kan kan yang terjun dilapangan dia, kalo saya sih lebih ke supervising aja.

Peneliti : Bagaimana tim kerja produksi bersosialisasi satu sama lain dari tahap brainstorming, sampai konten tersebut siap disiarkan?

Narasumber : hmm, biasanya kalo kita sih meeting, tapi meetingnya sambil duduk, merokok, sambil ngobrol, kita gak ada yang meeting kaku banget, kalo kita meeting besar denga semua ya, tapi klo untuk meeting dengan tim kreatif kalo kita bilang dibatasi oleh ruang dan waktu justru susah mikir kan, tapi kalo sama anak-anak kreatif ini kita sambil duduk, ngerokok, makan bakso, kadang gak nyiap meeting, ngobrol” ia ya keluar ide.

Peneliti : kalo meeting reminya itu ?

Narasumber : kalo sama penyiar kita punya meeting sebulan sekali, itupun juga resmi gak resmi, mins sambil makan, sambil ngobrol gitu. Kalo meeting dengan manajemen keseluruhan kita ada setiap hari senin, ada meeting bulanan dan tahunan, kalo program itu flexibel

Peneliti : tapi ada rapat evaluasi?

Narasumber : ada, seminggu kita rapat evaluasi, obrolan, sebulan sekali pastinya ad evaluasi.

Peneliti : Apa saja yang dibahas dalam program siaran Sore Santai?

Narasumber : insert, insert itu ada today hiiglight, berita kekinian, whats your opinion, opini pendengar tentang topik yang di angkat, beauty bass itu kayak ozers bisa kasi pertanyaan ke oz

masalah yang berhubungan dengan beauty bukan kecantikan banget, misalnya “kenapa ya muka gue berjerawat”, tapi gak yang perawatan banget juga, misalnya “kenapa kalo di musim hujan kaki cendrung lebih gatal” kan gitu, itu kan gak selalu kecantikan, dan gak selalu perawatan perempuan, “kenapa mengganti sikat gigi membuat sariawan” itu juga bisa kan,

Peneliti : Apa program ini menggunakan musik dalam siarannya?

Narasumber : jelas ada musiknya, dalam satu jam siaran itu ada 3 cut ngomong, sisanya musik. Jadi dalam satu jam mungkin durasi berbicara itu 15-20 menit. 45 menit untuk iklan dan musik,

Peneliti : berapa lama batas kelayakan musik dalam program?

Narasumber : kalo kita pasti yang pasti karena “your number one hits station” tagline kita jadi kita memutar lagu-lagu yang hits. Kalo kita heavy rotation yang banyak tahun 2000an. 2005 mungkin sampe sekarang. Itu yang kenceng, tapi kita karena pendengar kita sampe uia 35 tahun, jadi kita masih memutar lagu yang saat mereka muda, lagu tahun 90an. Kita juga ada program yang lagu-lagu klasiknya, jadi kalo bicara tahun lagu yang kita putar itu tahun 80an sampe sekarang. Hanya tingkat frekuensinya beda. Untuk lagu 80sampe 90 ada program-program khusus. Tapi kalo lagu-lagu sekarang lebih sering diputar.

Peneliti : Apakah program siaran Sore Santai menggunakan materi yang disampaikan ke pendengar?

Narasumber : iyalah, dikasi sama tim kreatif tinggal disampekan.

Peneliti : Apa konsep kreatif yang ditetapkan dalam program siaran Sore Santai?

Narasumber : sama aja sih, disini tim kreatifnya learning by doing.

Peneliti : Bagaimana proses yang dilakukan oleh tim kreatif/produksi menentukan kelayakan atau tidaknya konten yang disiarkan dalam program siaran Sore Santai?

Narasumber : kalo mau tau layak atau enggakya sih sebenarnya melihat dari respon pendengar, melihat dari survey kependengar, pendengar kan suka atau tidak, karena banyak kan pendengar yang gak suka langsung merespon langsung via line, topiknya gak bagus, jadi untuk tau layaknya ini dari pendengar ya, sama kita punya KPI ya, jadi kalo ada yang salah sama sisara, kita langsung ditegur.

Peneliti : Bagaiaman cara tim kreatif/produksi dalam mencari informasi yang berhubungan dengan konten siaran?

Narasumber : biasanya internet ya, jawabannya adalah mbah google.

Peneliti : Bagaimana tahapan konten materi dari sebelum disiarkan lalu di proses hingga disiarkan ?

Narasumber : biasanya cari di internet, search di internet, terus di tulis ulang, di edit dan ditulis ulang sesuai dengan format kita, jadi kalo misalnya bahasanya kaku dibikin bahasanya lebih anak muda, dicari istilah-istilah yang kekinian, kemudian dibaca lagi, dibaca ulang, di kirim ke gue as progam director, setelah approval baru dikirim kepenyiar. Eksekusinya akan ada di penyiar.

Peneliti : Apakah dalam program siaran ini menggunakan narasumber ?jika ada bagaimana mengarahkan narasumber agar tetap memberikan pelayanan terbaik terhadap program ini?

Narasumber : biasanya sih kalo kayak gitu kita udah kasi pertanyaan, biasanya kalo udah ada artis kita bikin dulu QMA, jadi siapapun yang menjadi narasumber sudah tau akan ditanya apa. Jadi supaya pertanyaan dan jawaban tidak bergeser, tidak miss. Biar gak kemana-kemana pembicaraanya, kayak ada kan narasumber “tolong jangan tanya saya tentang ini ”.

Peneliti : ada proses brefiengnya?

Narasumber : ouh ya ada, jadi kita kirim dulu materinya by email. Kita akan bertanya seperti ini, kalo mereka oke, ya udah jadi tinggal langsung ditanyakan, nantikan masalah kurang lebihnya saat interview itu biasanya kan suka ada bumbu kata”. Apalah atau apa tapi kurang lebih kita sudah ada polanya

Peneliti : Apakah dalam program siaran Sore Santai menggunakan pihak ketiga (iklan) untuk membantu dalam pendanaan yang ada?

Narasumber : ouh iya jelas, radio hidupnya dari iklan

Peneliti : Sejauh mana penyalur dana ikut andil dalam program siaran ini?

Narasumber : biasanya klien menaruh iklan karena dia tertarik dalam program yang sudah ada, jadi mereka tidak mendirect kita, justru kita punya program ini lu mau sponsorin atau tidak, lu mau masang iklan di jam brapa, kecuali dia punya program yang kita bilang klien reven, klien reven itu adalah program dengan permintaan klien, kebetulan disore santai ini untuk saat ini tidak ada, tapi bisa dirolling. Karena waktu itu ada kuis-kuis yang klien minta “gue pinginnya di sore santai ada ini” bisa. Kamu sebagai klien misalnya “gue mau ada konten berbicara soal otomotif di sore santai” bisa aja, kan lo klien lo bayar, kita bisa bikin itu.

Peneliti : tapi itu klien besar?

Narasumber : kalo seperti itu bayarannya pasti besar. Karena kita bikin tambahan baru dalam program itu, lebih besar dari spot iklan biasa.

Peneliti : Bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh tim kreatif/produksi program siaran Sore Santai?

Narasumber : kalo kita evaluasi liat dari respon pendengar biasaya, ama topik-topik yang disampaiin itu responnya bagaimana, respon di media sosial, atau respon di line telpon, jumlah streaming, jadi kita evaluasi base on itu. Ada aplikasinya streamingnya untuk melihat jmlahnya

Peneliti : Apa saja kendala yang dihadapi pada saat proses pra produksi hingga pasca produksi ?

Narasumber : kendala kendala teknis, ada masalah dengan peralatan, misalnya kalo ada masalah dengan peralatan, misalnya beauty bass, itu kan pake voice note jadi orang malu-malu, tapi kendalanya lebih ke teknis sih.

Peneliti : Langkah apa yang dilakukan untuk memperbaiki siaran tersebut, apabila ada kekurang dari program siaran tersebut?

Narasumber : langkahnya kalo kita evaluasi trus hasilnya gak oke atau jelek banget bahkan, itu kita ganti, kita minta masukan dari temen-temen sore santai dari NGO, dari klien mungkin

Peneliti : Harapan untuk sore santai

Narasumber : Harapannya sore santai lebih di terima lagi sih oleh pendengar.

Perusahaan radio : D'Oz radio Bali
Nama : Disepta Arumdwina Amiranti
Devisi : Kreatif/Producer
Tanggal wawancara : 02 Januari 2018

Peneliti : apa saja visi misi D'Oz radio Bali?

Narasumber : pastinya sih mau menambahkan jumlah pendengar ya, selain itu juga mau meningkatkan kreatifitas anak muda bali terus juga lebih memperkenalkan radio D'Oz bali ke seluruh dunia.

Peneliti : apa saja yang menjadi faktor pendengar tetap setia mendengarkan D'Oz radio Bali kak?

Narasumber : pertama, isi konten programnya yang memberikan edukasi terus kalo yang kedua, itu kedekatan penyiar dengan pendengar atau Ozers, terus yang ketiga dari musik.

Peneliti : kalo jumlah program yang dimiliki radio kak?

Narasumber : kita kurang lebih ada 12, bentar aku

Peneliti : boleh

Narasumber : Matasapi, sore santai, Top Track, BaliHOP, Kamus Ozers, just hits weekend, just hits request, Host weekend hit list, fresh, 21 biggest hits, host dicolent, indieOz, ada 12 program.

Peneliti : Mengapa dinamakan program sore santai kak?

Narasumber : karena di sore santai, sore-sore itu di Bali khususnya jalanan macet banget, jadi orang-orang atau masyarakat bali itu gak pusing karena macet, jadi biar orang-orang atau masyarakat bali itu gak tambah pusing karena macet, jadinya kita bikin nama program itu sore santai biar lebih santai lagi di jalan.

Peneliti : jam berapa program tersebut kak.

Narasumber : jam 16.00-sampai jam 19.00 malam

Peneliti : mengapa memilih menyiarkan pada jam tersebut?

Narasumber : a, itu tadi namanya jam prime time, dimana orang itu sibuk tapi butuh hiburan juga, itu misalnya menyelesaikan pekerjaan dan cepet-cepet pulang. Terus yang lagi di jalan kena macet, kena macetnya itu karena sunsetan biasanya wisatawan, di jam-jam segitu, itu jam prime time kita, dimana jam tersebut kita terus menyiapkan konten program dan menyiarnya itu harus bagus, harus mateng, gitu. Kalo D'Oz bali itu prime time kita, dimana jam 06.00 pagi sampe jam 10.00 pagi. Sama jam 16.00 sampai jam 19.00 malam, gitu.

Peneliti : Apakah program tersebut menggunakan siaran dalam bentuk on air atau off air, atau keduanya?

Narasumber : dua-duanya, jadi kita itu di support sama marketing atau public relation, dimana program on air itu kita bisa taruh menjadi off air, ketika ada sponsosr atau ada orang yang mau mensponsori program kita, nanti kita buat off airnya juga, on air ya, off air atau event juga iya.

Peneliti :

Narasumber : sejauh ini, cara kita adalah, yang pertama membuat kuis, karena biasanya pendengar, atau Ozers itu lebih tertarik kalo mereka mendengarkan radio selain musiknya bagus, penyiarnya juga bagus, dia (pendengar) juga bisa dapet hadiah dari kita.

Peneliti :

Narasumber : sore santai ini dari tahun 2005, jadinya dari tahun segitu juga kita udah mempersiapkan penyiar yang bagus, dan sejauh ini sih setelah kita gonta ganti penyiar, dan kita juga gak pernah gonta ganti nama nama program, sejauh ini, 80% Ozers itu suka dengerin sore santai karena ya itu tadi, bisa menghibur di jalan, ketika lagi menyelesaikan pekerjaan, kayak gitu, jadi tanggapannya sore santai itu hiburan yang menyenangkan sih

Peneliti : apa keunggulan program sore santai kak, dari program lainnya?

Narasumber : oke, di program sore santai yang sekarang ini, kita punya keunggulan itu adalah insert-insertnya sangat mengedukasi dan sangat up to date, jadi kita punya insert today highlight, kita membahas tentang hal-hal yang paling up date, di Indonesia atau di luar negri, terus kita juga punya tips-tips yang pastinya mewakili Ozers pertanyaan dari Ozers, terus kita juga punya info lalu lintas yang Ozers itu juga akhirnya ikut juga mengirimkan info lalu lintas di sekitar dia, terus kita punya berita-berita unik dari seluruh negara, terus juga ada berita lokal, yaitu berita Bali yang sekarang ini kita di sponsori sama Bali United. Kebetulan di program lain gak ada insertsan yang up to date kayak gitu.

Peneliti : Dalam produksi ini, apakah ada tim kreatif, dan berapa jmlah tim kreatifnya?

Narasumber : sejauh ini kalo tim sendiri kita ada 3, itu ada tim kreatif, ada tim kreatif sama produksi, dan di bantu sama Program dierctor juga. Kalo di Oz radio Bali tim kreatif sama produsernya dijadiin satu, karea kita tidak ingin terlalu banyak orang karena takutnya malah idenya campur aduk kayak gitu, kita memang memaksimalkan bisa satu kenapa harus ada 3 atau 4 gitu, justru takutnya kalo 3 atau 4 itu yang lainnya itu gak kerja, yang kerja itu Cuma satu, ya udah akhirnya kita Cuma satu aja karena sejauh ini sih masih bisa di handle, gitu. Kalo untuk produsernya ya, tapi kalo untuk produksi kita ada sendiri juga karena kan kalo disiaran juga harus ada produksinya, gitu.

Peneliti : kalo untuk fungsi-fungsinya itu ?

Narasumber : kalo program director itu otomatis untuk mengontrol materi apa yang akan kita bahas di siaran sore santai trus kalo untuk produksi itu dia support kita klo kita butuh konten yang harus di jadikan audio, trus kalo tim kreatif itu kita gabung sama produser, ngebantuin penyiar untuk mencari informasi, sih, informasi dari materi yang bakal di bawain sama penyiar. Ngasi informasi, ngasi ide juga, jadi klo di Oz itu siaranya gak melulu Cuma ngomong, tpi ada juga theater of mind namanya. Jadi kita juga bisa akting, gitu, penyiarnya, kayak gitu sih.

Peneliti : itu biasanya jadi satu kak sama produser?

Narasumber : iya jadi satu, tapi biasanya ada anak magang sih, itu untuk jdi produser juga di sore santai, biasanya ada anak magang .

Peneliti : setahun bisa berapa kali kak anak magang?

Narasumber : setahun 2 sampai 3 orang, biasanya 2bulan 3 bulan disini.

Peneliti :

Narasumber : jadi yang pertama kita meeting dulu, perencanaanya, seminggu kedepan kita mau bikin apa ini untuk di programnya sore santai ya, kalo di sore santai itu ada insert namanya beauty bass, nah di beauty bass itu insertnya adalah ngambil suaranya Ozers, itu untuk ngomong di voice note gitu. Jadi kayak nanya gitu, ada Ozers yang nanya, tips gitu misalkan “gimana sih cara diet yang sehat/?” nah nanti omongan Ozers itu harus di produksi lagi, kita gak mungkin memutarakan voice note itu mentah-mentah itu gak mungkin. Nah itu harus di produksi, ntar produksi biasanya discuss sama prodser atau tim kreatif, ini maunya backsoundnya apa, terus dijahit sama bumper, jadi gak langsung keringan gitu aja, tahapnya sih yang pertama meeting, setelah dapat bahannya, di eksekusi, setelah itu ngikutin aja, udah berjalan lancar aja.

Peneliti : kalo rapatnya ini biasanya gimana kak?

Narasumber : seminggu sekali, biasanaya seminggu sekali atau sebulan 2 kali, kadang di kantor, kadang di kafe, kadang di resto, di hotel mungkin,

Peneliti : kalo hiburan untuk krunya sendiri itu ada gak?

Narasumber : ada dong, kadang kita outing, outbond bareng biasanya nyewa villa, bowling, nnton bareng

Peneliti : apa saja yang di bahas oleh siaran sore santai kak?

Narasumber : kita ada todays highlight, todays highlight itu biasanya yang ang ngetrend-ngetrend gitu kayak kita ingin membahas 2018 ini yang lagi ngetrend-ngetrend kayak booming apa, nah itu today highlight kita, yang kedua, ada Whats your opinion itu masukan dari Ozers, jadi siarannya gak satu arah, tapi dua arah, jadi ada tips kayak lifestyle lah, mau kecantikan lah, pokoknya bebaslah, unisex gitu. Trus ada sharing opinion lagi, kita

tayangin dua kali. Jadi kita ulangin lagi, biasanya di cut ke 4, di cut ke 5 itu kita ada trafiic jam, traffic jam itu kita ada request 3 lagu dari ozers, buat nemenin ozers di jalan, trus ada cut ke 6 itu kita ada insert namanya beda-beda sih kalo hari senin, kalo hari senin kita ada namanya inspiring people, inspiring people itu kita ada kasi info info ke ozers “ini loh orang-orang yang meingspirasi yang belum kamu tahu” mungkin. Setiap hari senin aja, terus setiap hari selasa kita ada spot on namanya, berita yang paling unik, yang menginspirasi juga dari negara-negara, dari benua asia, eropa, amerika, contoh misalnya “ di dubai ada pesawat pelayannya kayak hotel” fakta-faakta itu sebenarnya kan gak semua orang taukan, maksudnya, maksudnya Ozers kita gak selalu liat internet kan. Terus kalo hari rabu, namanya viral, jadi ngebahas hal” yang viral, hari kamis kita balik lagi ke spot on, terus kalo jumat kita weekend goal, weekend goal itu kayak kasi tau ke Ozer “ ini loh tempat yang wajib kamu datengin pas liburan” gitu, atau hal-hal unik tentang misalnya “di dubai kamu bisa main flying fox dari pencakar langit” gitu, itu termasuk weekend goals, karena kan mungkin ada Ozers yang bakalan ke Dubai gitu, bisa jadi referensi kan kayak gitu, trus yang terakhir itu yang Bali update itu yang di sponsorin sama Balu united, jadi selama setahun kita ngebahas tentang Bali united.

Peneliti : Apa format yang digunakan dalam program siaran ini?

Narasumber : sebenarnya sih lebih ke informatif sih , karena kita udah punya masing- masing program misalnya kalau pagi itu buat semangat ozers baru bangun otomatis harus lucu , semangat gitu. Dan kalau sore karena ozers nya sudah pikirannya udah butek kan kerja , sekolah lah apa gitu kita kasi lagi kaya refresh lagi seperti ada informasi ini ya semacam hiburan informatif.

Peneliti : apakah program ini menggunakan musik dalam siarannya?
Dan berapa persen ?

Narasumber : iya, emm sekitar 70%

Peneliti : berapa lama batas kelayakan dari musimk yang disiarkan ?

Narasumber : pokoknya kita itu satu cut ada 5 lagu yang naik berarti sekitar 20 menit per cutnya . oh maksudnya tahun kelayakannya? Yang jelas gak lawas-lawas banget. Sebenarnya random sih muternya tapi gak lagu yang misalnya the beatles, pokoknya lagu lagu yang lagi in dan bisa di nyanyiin lah

Peneliti : apakah program sore santai menggunakan materi yang disampaikan kepada pendengar?

Narasumber : iya betul.

Peneliti : apa konsep kreatif yang ditetapkan dalam proses sore santai ?

Narasumber : konsep kreatifnya itu tadi loh yang hiburan informatif , maksudnya aku merasa sebagai tim kreatif aku jadi up to date karena aku selalu memberikan informasi kepada ozers gitu. Terus kita keluar juga off air atau istilah yang kita sebut siaran mendarat. Nah siaran mendarat itu biasnya kita di support oleh salah satu tempat terus kita akhirnya

siarannya live disitu dengan penyiar dan produsernya juga beserta semua crew lah disitu jadi siaraanya tetep dari jam 6-7 Cuma dia live di café menggunakan koneksi internet biasanya pakai wifi. Nah kalau dulu kita masih kaya narik kabel tapi sekarang udah lebih modern dengan wifi . terus biasanya kalau siaran itu kan satu cut naik lagu 4 biasanya nanti dilagu itu kita ada lagi untuk off air dan biasanya ada bagi bagi hadiah disitu kan pasti ada ozers dan tamu tamu , biasanya kita kasi quiz nah disitu sih bagian dari off airnya. Terus kita sampaikan kita lagi live loh di café ini, nah sebenarnya ini juga bagian dari marketingnya sih .

Peneliti : bagaimana proses yang dilakukan oleh tim kreatif mengenai kelayakan atau tidaknya konten yang disiarkan dalam program sore santai ?

Narasumber : biasanya kita survei pendengar itu , sejauh ini sih kita kaya ngundang orang dengan umur yang berbeda beda , trus sama tingkatan kelasnya dia tuh kita kaya ngundang adan SMA dan SMP dan mahasiswa dan orang kerja dengan berbagai macam salary itu trus kita kasi quesioner dengan pertanyaan apakah mereka itu suka dengarpensiar nya aja atau lebih suka musiknya, gitu gitu trus kamu nongkrongnya di mana, nah dari survey itu kita bisa tau nih kebiasaan-kebiasaan ozers seperti apa kaya gitu, nah kenapa akhirnya di sore santai kita bikin yang informatif karena diprogram lain kita belum punya gitu. Diprogram lain kita punya ciri khas sendir-sendiri gitu, kalau yang pagi tadi dia ngelucu emang , dan dari materinya juga gak berat. Jadi ozers pagi-pagi gak harus mikir apa gitu karena ozers sendiri kan kalau pagi udah mesti harus ke sekolah ke kantor . nah kalau yang sore ini kita kasi agak mikir karena buat orang-orang kantor atau anak anak sekolah dia diakantor pusing dengan ekraanya dia perlu tau , karena kan pasti tidak nonton tv, dan anak sekolah gak mungkin megang hp kan , jadi ketika mereka denger sore santai , oh ternyata yag lagi nge trend sekarang ini ya maksudnya dia tau penjabarannya.

Peneliti : bagaimana cara tim kreatif dalam mencari informasi yang berhubungan dengan konten yang akan disiarkan ?

Narasumber : yang pasti baca sih , lebih baca ke internet sih . memang ozers sekarang sudah pegang internet tapi kalau dia dengerin di radio otomatis kemasannya udah beda gitu , jadi tergantung bagaimana penyiar dan prodsernya itu ngarahin ya. Kalau penyiar kan tinggal ngomong aja tapi kalau ada tim kreatif dn produsernya itu kan penyiar bisa diarahin. Nanti kamu nyampain beritanya jangan kaya gini ya jadi bikinnya lebih menarik lagi. Biasanya sih aku baca internet terus . atau orang yang mungkin gak ngira itu adalah harus dibahas tapi kita bahas . misalnya kita bahas sricker instagram yang bikin orang indonesia. Kan gak semua orang yang bikin sticker di Instagram itu orang indonesia, dan kita bisa telfon langsung orangnya yang bikin sticker tersebut. Kita cari tau siapa

Peneliti : tahapan besar dari materi sebelum disiarkan hingga disiarkan itu , tadi kan melalui rapat-rapat, seara garis besar dan detail nya itu seperti apa ?

Narasumber : sejauh ini kita meeting. Kalau untuk materi sih lebih ke hubungan aku sama penyiar aja sih , maksudnya aku gak terlalu luas banget utnuk membahas apa, gak harus meeting besar . gak harus melewati tahap tahap yang ribet lah. Intinya apa yang lagi nge trend sekarang okay dibahas cariin topik apa yang gak mikir orang mikir banget . jadi lebih ke

hubungan kedekatan penyiar dengan produser sih harus cocok. Gaboleh sampai saling gak kenal atau kenalnya hanya dikantor aja.

Peneliti : apakah dalam program siaran ini menggunakan narasumber? Jika ada bagaimana mengarahkan narasumber agar tetap memberikan pelayanan yang baik terhadap program?

Narasumber : ada sih. Sebenarnya da beberapa insert yang harus pakai narasumber, sebenarnya disore santai ini ada insert yang namanya oz shopaholic itu belum kita pakai karena kemarin itu ada kendala kalau misalnya mau ngambil narasumber oz shopaholic itu jatuhnya dalah promo, jadi mereka jatuhnya kaya ngikln banget di oz, sedangkan kalau ngomongin iklan disini kan ada tahapannya, kaya harus bayar segala macam kan, kalau misalnya kita Cuma ngundang doang tapi dia gak bayar takutnya sih keenakan narasumbernya , Cuma minggu ini kayanya aku bakal pakai itu, awalnya mungkin gratis selanjutnya bayar kalau tertarik, jadi gitu sih narasumbernya tuh kaya yang punya online shop kita undang kesini untuk ngejelasin dijual apa ..

Peneliti : apa dalam program siaran sore santai ini menggunakan pihak ketiga iklan untuk membantupendanaan dan lain2?

Narasumber : iya pastinya.

Peneliti : sejauh mana penyalur dana ikut andil dalam dalam program siaran ini? Apakah ikut dalam rapat ?

Narasumber : biasanya tim kreatif dituntu tuntuk membuat insert yang menguntungkan untukdijual. Biasanya kalau meeting sih yang pertama berperan itu adalah PR atau marketingnya tpi ketika kita sudah dikasi obrolan sama PR marketingnya ini nih ada yang mau , gimana cocoknya gak konten dn lainnya ? nah namun kan dari client bisanya minta banyak karen byar dan agak rumit biasanya disitu lah kita minta meeting antara tim kreatif dan client. Jadi pembuat kontennya dari pihak bali update kemudian diberikan kepada client apakah setuju atau tidak.

Peneliti : bagaimana evaluasi yang dilakukan oleh pihak tim kreatif dalam siaran sor santai ?

Narasumber : biasanya sih seetelah siaran kita bakal meeting dengan penyiar dan produser gimana tadi siaraanya. Disetiap meeting seminggu sekali itu kita memnag selalu evaluasi dengan bentuk diskusi seperti kurangnya apa

Peneliti : apa saja kendala yang dihadapi pada saat pra hingga pasca produksi?

Narasumber : gak adasih , paling kaya kita harus minta voice note kan ke ozers , nah tapi gak semua ozers yang aku minta itu available sih. Dan orang orang yang gak ngerti radio sih yang menjadi kendala kita.

Peneliti : langkah apa saja yang dilakukan untuk memperbaiki siaran tersebut ?

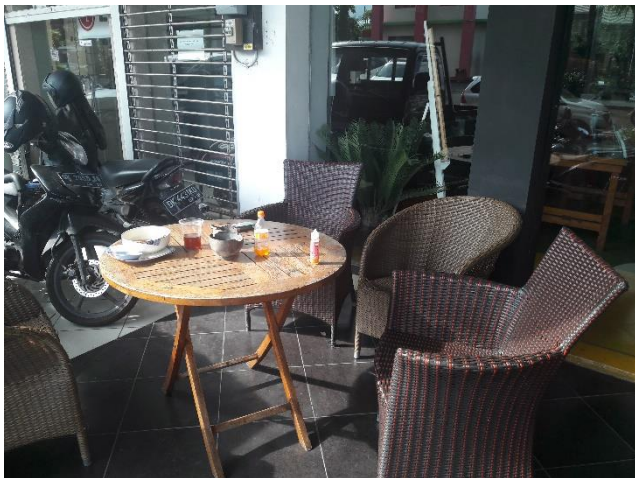
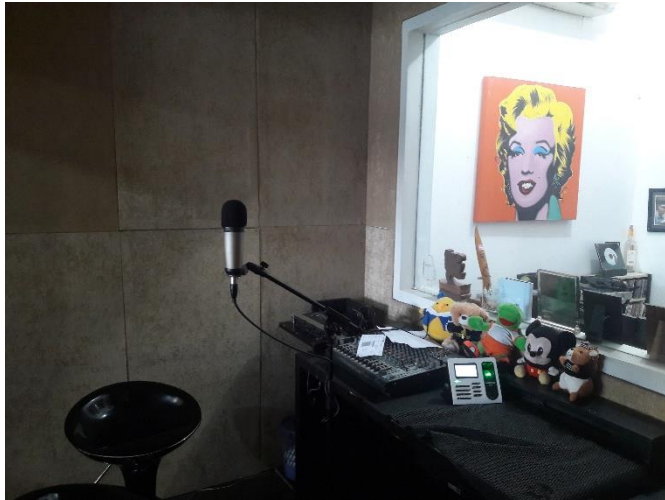
Narasumber : misalnya dari meeting evaluasi kita bisa tau nih ok yang di sharing topik ini dikit banget ya, kenapa? Apa mungkin topiknya gak menariknya? Cuma kalau dibali ini yang aku lihat untuk radio ini, kalau lagi liburan sepi misal kaya tahun baru kemarin itu tuh orang orang kan pada semua pasti gak dengerin radio, tapi kalau misalnya lagi hari hari biasa gini nih ada aja gitu. Ya paling langkah langkah nya pertama dari meeting evaluasi itu , kemudian memperbaiki konten dan memperbaharui yang lagi in , maksudnya orang orang itu lebih suka yang becanda becandaan gak sih ? kalau iya berarti kita bikin konten yang santai atau kita cari penyiar yang lucu , gitu aja sih .

Peneliti : harapan kedepan untuk sore santai ?

Narasumber : harapannya sih lebih kreatif lagi, terus banyak narasumber informatif yang datang , terus bisa di support sama client besar sama makin banyak pendengarnya.

Lingkungan dan kegiatan kerja D'Oz Bali Fm









Lingkungan dan kegiatan Phoenix radio Fm

