

## BAB II

### DESKRIPSI PROFIL PERUSAHAAN

#### A. Sejarah berdirinya Solo Radio

Direktur utama Radio Ardan Bandung, Arifin Gandawijaya bersama Robby Koesnaedhi, Budi Soesetyo, Budi Arifianto dari Solo, sepakat mendirikan usaha radio di Solo. Untuk mewujudkan usaha tersebut, pada bulan Mei 2003 keempat komisaris tersebut menunjuk Pedhet Wijaya yang saat itu menjadi berprofesi sebagai *Broadcast Management Consultant*, sebagai General manager Putri Solo Radio. Pada tahun 1985-2000 beliau mengembangkan radio Ardan Bandung, dari radio baru sampai radio terkemuka di Bandung. Setelah melakukan riset ternyata Kota Solo mempunyai prospek yang bagus untuk didirikan usaha radio, terlihat dari banyaknya pendengar dan pendapatan iklan terbanyak di Solo.

Pada bulan Mei 2003, ditetapkan Putri Solo Radio sebagai nama Radio tersebut yang berlokasi di Jalan Menteri Supeno No. 6 Manahan Solo. Kemudian pembangunan fisik radio berlangsung selama dua bulan, setelah itu dimulailah perekrutan karyawan untuk melancarkan mekanisme kerja di Solo Radio. Perekrutan tersebut dilakukan guna untuk mendapatkan putra putri terbaik Solo dalam bidang *broadcast*. Perekrutan tersebut dilakukan dalam 4 tahap, yaitu tahap *fit and proper test* yang dilakukan oleh Pedhet Wijaya tahap seleksi kemampuan bahasa asing, tahap interview I dan II yang berlangsung disalah satu hotel berbintang di

Kota Solo. Kemudian setelah melakukan perekrutan tersebut didapatkan karyawan yang lolos seleksi efektif bekerja pada bulan September 2003.

Pemilihan nama Putri Solo Radio didasarkan pada ciri khas Kota Solo yang harus tetap dipertahankan yaitu kelembutan, keluwesan dan keayuan sehingga warganya memiliki kebanggaan tersendiri atas kotanya. Dalam pengembangan usaha ini, Putri Solo Radio memiliki sebuah konsep siaran yang unik yaitu *famous, fit and fashionable* dan memiliki *corporate sport* “tenis” yang dapat mencairkan sekat-sekat dalam ketiga divisi yang ada di Putri Solo Radio. Istilah dalam olahraga tenis sendiri merupakan visi dari Kota Solo yang ingin terkenal sehat dan bergaya hidup modern.

Data teknik standard dari Solo Radio adalah sebagai berikut, pemancar menggunakan BE Inc, USA. *Solid State transmitter*, FM *Digital Audio Processor*, ERI USA-4 *Bay Circurarly FM Antena*, *Self Support Tower 80 meter*, *Audiotronics*, USA, *12 CH Audio Mixer*, *Digital Radio Automation System*, *Digital Audio Workstation For Radio Production*. Selain menggunakan peralatan siaran yang profesional berstandar international, Solo Radio menambahkan teknologi yang belum dimiliki radio siaran lain di Solo maupun Jawa Tengah yang memungkinkan Solo Radio melayani dengan lebih baik, lebih akurat dan lebih cepat kependengar maupun mitra bisnisnya. Adapun frekuensi dari Solo Radio adalah FM 92,9 Mhz, dengan daya pancar 3000watt. Daya sebesar itu mampu menghasilkan coverage area atau radius pancar sejauh 60km efektif. Adapun radius siarannya mencakupi wilayah Solo, Karanganyar,

Wonogiri, Klaten, Boyolali, Sragen, Pacitan, Gunung kidul, Jepara dan masih banyak lagi.

## **B. Lokasi Penelitian**

Lokasi untuk penelitian ini yaitu Solo Radio 92,9 FM yang berada di Jalan Menteri Supeno No. 6 Manahan Kota Surakarta

## **C. Data Radio**

Nama Radio : Solo Radio

Stasiun Call : Solo Radio 92,9 FM

Alamat : Jalan Menteri Supeno No. 6 Manahan Kota Surakarta

Frekuensi : 92,9 FM

Sebutan Pendengar : Solo *Lovers*

*Sound Of Station : Famous, Fit and Fashionable in the city*

Website : Soloradio.fm

## **D. Logo Radio**

Pemilihan warna logo Putri Solo Radio yaitu merah, hijau, kuning didasarkan pada keinginan untuk mengembalikan ciri khas kota Solo yang sudah melekat sejak dulu. Untuk keterangan lebih rincinya dapat dilihat pada logo Solo Radio dibawah ini



Gambar 2. 1 logo Solo Radio  
(sumber :dokumentasi perusahaan Solo Radio)

Logo solo radio diatas adalah logo terbaru yang berasal dari logo lama yang diperbaharui. Di logo pertama terdapat tulisan “putri” yang diambil dari nama Putri Solo Radio. Namun perkembangan, nama Putri Solo Radio berubah menjadi Solo Radio. berikut merupakan penjelasan dari logo tersebut :

- a) Tulisan “Solo” warna hijau digambarkan sebagai kota Solo yang sejuk.
- b) Tulisan “Radio” warna kuning sebagai penggambaran persahabatan
- c) Icon smile pada huruf “O” sebagai keramahtamahan Kota Solo
- d) Tanda titik dua dan kurung tutup pada huruf “O” (pada radio) sebagai penggambaran Putri Solo Radio yang dilengkapi dengan teknologi tinggi (teknologi informasi)
- e) Tanda garis warna merah, sebagai penggambaran penggabungan dua kata menjadi satu variable kata dan symbol ini memiliki nilai yang tinggi.

Dalam perkembangannya, nama Putri Solo Radio menjadi familiar dikenal dengan nama Solo Radio.

#### **E. Visi Solo Radio**

Ciri khas dari Kota Solo yaitu adanya dua keraton, Kasunanan dan Mangkunegaran yang tetap dijaga kelestariannya dan hidup dihati warga kota sebagai kiblat budi pekerti dan seni budaya yang *adiluhung*.

Kota ini menjadi pusat kekuasaan tertua sebelum Indonesia mendeklarasikan kemerdekaannya, Kota Solo memiliki *social capital* yang paling besar, sehingga tidak heran jika kemudian pusat perdagangan busana Pasar Klewer tetap eksis sampai sekarang, termasuk dulunya menjadi penyelenggaraan Pekan Olah Raga (PON) 1 yang diselenggarakan di Kota Solo, dikarenakan Kota Solo paling siap dalam hal sarana dan prasarana olah *kanuragan*.

Kota Solo perlu memiliki media komunikasi massa yang berfungsi sebagai perekat dan kontrol sosial, sehingga melalui media tersebut segenap potensi dan partisipasi masyarakat dapat disinergikan untuk meningkatkan kejesaheraan sosial seluruh warganya.

Solo Radio berpandangan bahwa ketiadaan media yang mengartikulasikan “keayuan” (*ngadi saliro busono*) Kota Solo, akan berakibat kurang baik pada citra atau eksistensi kota dan kurangnya rasa *handarbeni* (memiliki) warga terhadap kotanya.

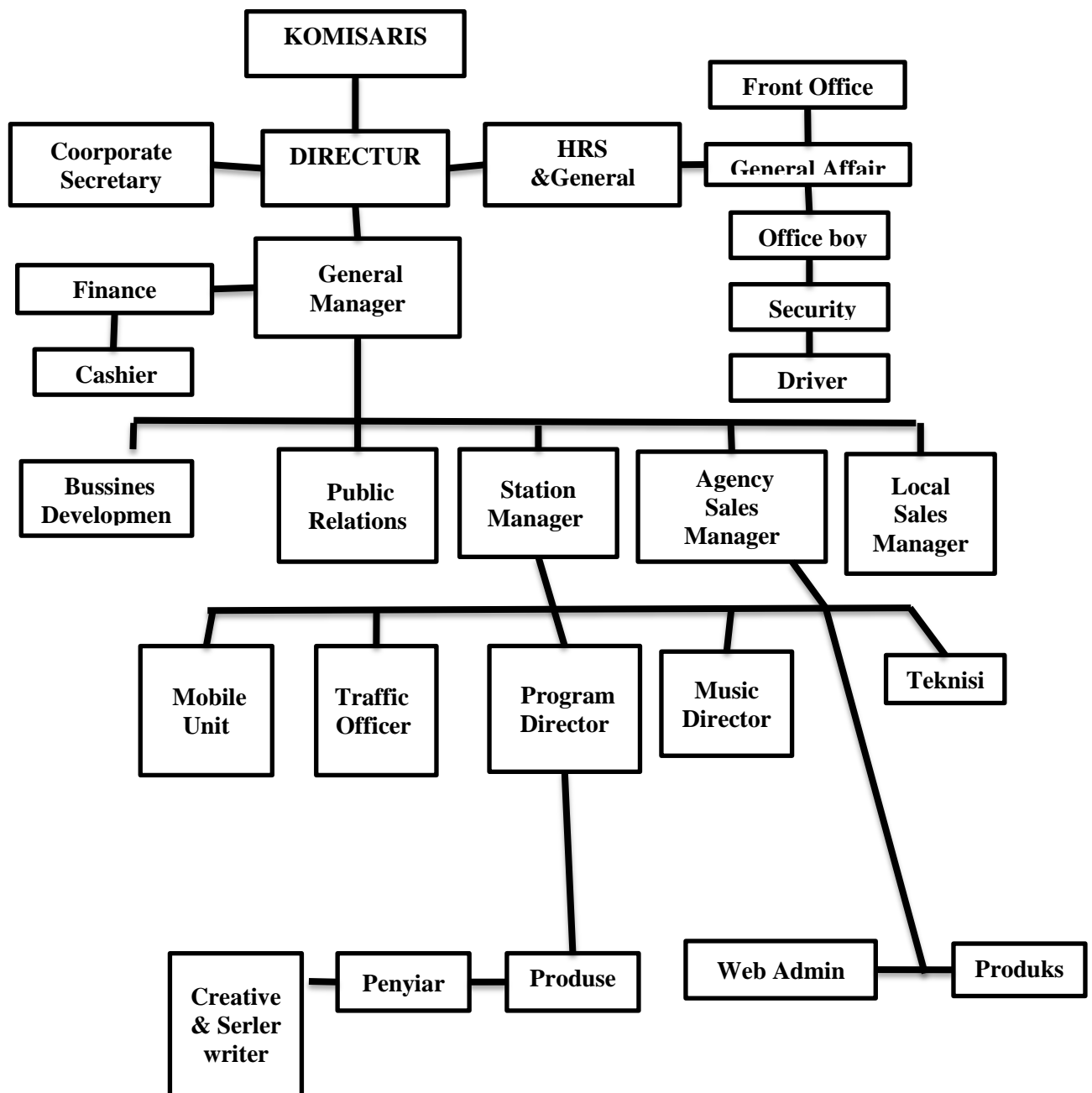
#### **F. Misi Solo Radio**

Untuk dapat mewujudkan cita-cita Solo Radio menjadi media yang dapat mencerminkan atau mewakili Kota Solo serta menyempurnakan visi dari radio. Berikut merupakan misi dari Solo Radio yaitu :

1. Solo Radio hadir menjadi media terbaik yang dimiliki Kota Solo dalam mengartikulasikan “keayuan” Kota Solo dengan bahasa metropolitan, serta menjadi kebanggaan warga Kota Solo.

2. Solo Radio menjadi media interaksi terpercaya dari seluruh elemen masyarakat
3. Solo Radio berperan aktif dalam upaya menjaga dan meningkatkan citra Kota Solo sebagai pusat perdagangan (busana) dan pusat olahraga, serta menampilkan keelokan kota dan sportifitas warganya dalam konsep siaran yang disebut : *famous, fit and fashionable* yang mempunyai makna memasyarakat kepedulian kepada hal-hal yang bersifat kesehatan jasmani dan rohani, menjunjung tinggi sikap sportif, menjaga keelokan diri dan kotanya.

### G. Struktur Organisasi Solo Radio



Gambar 2. 2 Bagan struktur organisasi di Solo Radio  
(sumber: dokumentasi perusahaan Solo Radio)

Keterangan :

**Komisaris** : sebagai pimpinan atau pengawas tertinggi dalam perusahaan yang bertanggung jawab mengawasi atas kelancaran serta kesehatan keuangan perusahaan.

**Director** : administrator yang diberi tanggung jawab untuk mengatur keseluruhan organisasi.

**General Manager** : membawahi tiap manager-manager dari tiap departemen/divisi yang ada di perusahaan.

**Corporate Secretary** : manajemen administrasi dari dewan komisaris termasuk diantaranya menangani rapat dewan komisaris dan direski, serta notulen rapat.

**Finance** : menyediakan informasi yang akurat mengenai *space* iklan yang tersedia, melakukan pencatatan seluruh elemen siaran dalam order siaran sesuai dengan sistem dan prosedur yang telah ditetapkan, serta membuat bukti siar iklan yang dilakukan secara cepat dan tepat.

**HRD dan General Service** : bagian atau departemen dari perusahaan yang tugas utamanya mengelola sumber daya manusia di perusahaan.

**Public Relation** : memperkenalkan program acara kepada masyarakat khususnya yang terkait dengan kepentingan program. Dengan *Public Relation* pula suatu perusahaan radio siaran semakin dikenal masyarakat.

**Bussines Development** : memiliki fungsi manajemen perusahaan dalam upaya untuk mengembangkan bisnis yang dimiliki perusahaan.



**Station Manager** : memimpin dan mengkoordinir semua proses administrasi dan jalannya siaran.

**Program Director** : Menyusun rencana kerja program siaran jangka pendek dan menengah, mengarahkan dan mengelola pengembangan dan penerapan rencana kerja tersebut serta mengawasi dan mengevaluasi kinerja penyiaran dengan memperhatikan efektifitas dan efisiensi operasional penyiaran.

**Music Director** : mencari, memilih, menentukan dan menyediakan lagu/musik yang sesuai dengan format radio yang ditetapkan dan mengarahkan serta mengawasi pemutaran lagu-lagu agar senantiasa sesuai dengan kebutuhan pendengar, dalam rangka mempertahankan dan meraih jumlah pendengar baru dalam lingkup target audien yang ditetapkan.

**Creative dan Scriptwriter** : mencari dan menulis materi siaran yang siap diudarakan, serta mengarahkan penyampaiannya sesuai dengan rencana siaran yang ditetapkan Program Director.

**Penyiar** : Mempersiapkan dan menyiarkan program acara/program siaran dengan format radio yang ditetapkan, menurut jadwal tugas yang ditetapkan oleh *Program Director*.

**Produser** : Menjamin kelancaraan penyelenggaraan siaran sehingga mendukung pencapaian mutu/kualitas acara, jumlah pendengar dan usaha peningkatan pendapatan yang telah ditetapkan organisasi.

**Produksi** : mengoperasikan dan melakukan perawatan ringan atas peralatan studio rekaman untuk menghasilkan produk-produk acara

rekaman/komersial, berita dan sebagainya sesuai dengan arahan *Program Director*.

**Teknisi** : memantau kegiatan off air mungkin ada gangguan yang sifatnya tiba-tiba atau mendadak misalnya kerusakan pemancar. Juga melakukan pemantauan di luar jam kerja.

**Web Admin** : mengelola sosial media yang ada dalam radio.

**General Affair** : bertugas untuk mendukung perusahaan dalam menjalankan operasionalnya dengan mengurus segala urusan rumah tangga perusahaan. Sebagai perwakilan perusahaan untuk menjalin hubungan baik kepada pihak eksternal.

**Agency Sales Manager** : bertanggung jawab untuk menghasilkan pendapatan bagi station radio komersial dari penjualan iklan dan sponsor.

## **Manajemen**

### 1) Sistem

Solo Radio didukung pengalaman sistem manajemen radio siaran yang telah teruji puluhan tahun di berbagai daerah, dan mengantarkan radio-radio tersebut menjadi terbaik dalam pelayanan kotanya, serta dapat berkembang dengan cepat. Radio-radio tersebut adalah : Radio Ardan Bandung, Radio Kuta FM Denpasar, Radio Star FM Tangerang.

### 2) Operasional

Selain kegiatan *on air* yang tercantum dalam program siaran, Solo Radio juga menyelenggarakan kegiatan *off air* yang bersifat

*community development*, berdasarkan pengalaman yang lama dari personilnya. Misalnya, *rally* mobil, turnamen tenis, *music show*, *customer aducation*, riset pemasaran, promo tour, *road show*, *launching party* dan lain-lain.

### 3) Personil Manajemen

Personil dalam manajemen maupun operasional terdiri dari putra-putri terbaik Kota Solo, yang terjaring melalui sistem perekrutan yang profesional. Serta manajer-manajer yang sudah berpengalaman atau lulusan dari universitas terkemuka di Indonesia.

### 4) Komisaris

Beberapa komisaris memiliki jaringan usaha yang sangat luas, baik sebagai pemegang saham maupun mitra usaha di beberapa kota seperti, Solo, Bandung Jakarta dan lain sebagainya.

## **H. Bentuk Program Acara**

Solo Radio merupakan salah satu radio swasta terkenal di Kota Solo. Radio yang tahun ini memasuki usia empat belas tahun ini mempunyai format acara anak muda, yang menysar pendengar di usia 15 tahun sampai 30 tahun. Sebagai radio anak muda Solo Radio paham betul kebutuhan pendengar diusianya, dari segi musik dan informasi. Musik yang diputar di Solo Radio cukup beragam jenis dan genrenya, antara lain music Top 40 atau musik yang sedang digemari di berbagai tangga lagu

atau *chart*. Untuk informasi yang disiarkan oleh Solo Radio antara lain, seputar dunia *showbiz* yang mencakup informasi tentang musik, film, *infotainment (no gossip)*, fashion. Serta informasi seputar dunia olah raga dengan cakupan lokal Solo, Nasional dan Internasional. Kemudian info seputar seni dan budaya, baik lokal maupun internasional juga menjadi salah satu informasi yang kerap disajikan oleh Solo Radio, semuanya dikemas secara berimbang. Solo Radio mengudara setiap hari dimulai dari pukul 05.30 pagi sampai dengan pukul 02.00 dini hari. Solo Radio mengkatagorikan programnya pada *daily* program dan *weekly* program.

Tabel 2. 1. Jadwal program acara harian dan mingguan Solo Radio 92,9FM.

Pukul	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
05.00-06.00	Playlist Pagi				Tanya Ustad	Playlist Pagi	Morning Jesus
06.00-07.00	Sriwedari					Sarapan Pagi	
07.00-08.00							
08.00-09.00							
09.00-10.00							
10.00-11.00							
11.00-12.00							
12.00-13.00							
13.00-14.00	Balekambang					Top 40 Ace	
14.00-						Youth	

Pukul	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
15.00						Speak	
15.00- 16.00							Eazy Sunday
16.00- 17.00	Manahan						Happy Weekend
17.00- 18.00							
18.00- 19.00							
19.00- 20.00							
20.00- 21.00	Rebahan			Lekat	Thank God its Friday		
21.00- 22.00				Smash Your Ass		Jomblish	Classic Spin
22.00- 23.00							

Pukul	Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat	Sabtu	Minggu
23.00- 24.00	Lek Lekan						
24.00- 01.00							
01.00- 02.00							

(Sumber : dokumentasi Solo Radio)

### ***Daily Program***

#### **a. Sriwedari**

Program ini disiarkan di hari senin sampai jumat, mulai pukul 06.00 WIB sampai 10.00 WIB. Dibawakan dua penyiar laki-laki yang salah satunya adalah seorang *stand up comedy* asal Solo yaitu Indra Narendra dan Haikal yang membuat obrolan menjadi semakin seru. Program Sriwedari ini merupakan salah satu program unggulan yang ada di Solo Radio, program yang dibawakan dalam acara pagi ini mempunyai konten yang bervariasi mulai dari berita atau informasi seputar Solo dan mancanegara. Untuk memaksimalkan dalam penyampaian informasi dan berita, dibagi ke dalam segmen harian dan segmen mingguan. Segmen pertama diawali dengan segmen *Sarapan Yuk* (Sapaan Penuh Harapan) pada segmen ini merupakan bagian dari *opening* Sriwedari yang berisi sapaan dari penyiar

untuk pendengar, dengan membacakan sms, *mention* dan lainnya yang masuk. Kemudian segmen kedua *Good Morning Solo* pada segmen ini penyiar membawakan atau menyampaikan berita *update* seputar lokal kota Solo yang meliputi Boyolali, Klaten, Sukoharjo, Karanganyar, Wonogiri dan sekitarnya. Berita yang diambil merupakan berita yang ringan ada batasan-batasannya sehingga pesan dapat tersampaikan dengan baik, tidak berbau politik dan ekonomi. Kemudian segmen kedua yaitu segmen *Masaseh* segmen ini merupakan segmen yang memberikan informasi yang jarang orang ketahui mengenai fakta-fakta unik dari seluruh dunia yang dibacakan oleh penyiar dengan menggunakan skrip, yang sebelumnya sudah dibuat oleh *scripwriter*. Yang lebih menarik lagi pada program Sriwedari ada segmen khusus berdasarkan hari yang terkonsep dengan baik, dari hari senin sampai jumat pada segmen terakhir informasi atau berita yang disampaikan juga disesuaikan dengan tema. Seperti hari senin segmen *Monday On Top* dengan tema senin pintar, selasa segmen *Titanics* dengan tema selasa bergaya, rabu segmen *Rumit* dengan tema rabu *ngerumpik*, Kamis segmen *Yutumbas* dengan tema Kamis kenyang, jumat segmen *Fit n Fresh* dengan tema jumat sehat. Selain itu lagu yang diputar pada acara pagi ini yaitu lagu-lagu hits baik dalam negeri dan mancanegara, tidak hanya itu saja di sela-sela siaran biasanya diadakan kuis untuk pendengar dengan menjawab pertanyaan atau mengikuti



*challenge* yang diberikan oleh penyiar baik lewat kuis sms atau media sosial lainnya. Kemudian dipilih pemenang untuk mendapatkan hadiah menarik yang bekerjasama dengan klien.

**b. Indo Banget**

Program ini disiarkan di hari senin sampai jumat, mulai pukul 10.00 WIB sampai 13.00 WIB. Selama tiga jam penuh pendengar akan dihibur dengan lagu-lagu karya anak negeri atau lagu-lagu dari musisi Indonesia.

**c. Balekambang**

Program ini disiarkan di hari senin sampai jumat, mulai pukul 13.00 WIB sampai 16.00 WIB. Kalau radio identik dengan merequest lagu, di program ini pendengar bisa sesukanya meminta atau merequest lagu sesuai yang diinginkan. Nama program ini diambil dari salah satu tempat *iconic* di Kota Solo yang mengandung sejarah. Tagline dari program ini yaitu banyak lagu yang kamu banget.

**d. Manahan**

Acara yang juga nama programnya diambil dari nama tempat *iconic* di Kota Solo yaitu stadion Manahan yang mana merupakan kebanggaan warga Solo, ini disiarkan di hari senin sampai jumat, mulai pukul 16.00 WIB sampai 20.00 WIB. Program ini ditujukan untuk pendengar yang sudah selesai beraktifitas atau pulang kerja, program yang mempunyai kepanjangan “Makin Asik Makin Gak Nahan” ini dibawakan oleh penyiar

favorit yang ada di Solo Radio. Lagu yang diputar di program ini bermacam-macam genrenya.

**e. Rebahan**

Program ini disiarkan dari hari senin sampai rabu, mulai pukul 20.00 WIB sampai 23.00 WIB. Kepanjangannya dari program Rebahan ini yaitu “Request Kebahagiaan” yang mana di program tersebut mengajak pendengar untuk berpartisipasi lewat sms atau line untuk sekedar *sharing* atau bahkan curhat. Kemudian penyiar akan memberikan masukan atau tips-tips dari cerita pendengar. Pendengar juga bisa request lagu hits indo dan manca.

**f. Lek-Lekan**

Program ini merupakan acara yang setiap hari hadir di Solo Radio, program ini hadir menemani pendengar mulai pukul 23.00 WIB sampai 02.00 WIB. Sesuai dengan nama programnya yaitu “lek-lekan” yang diambil dari bahasa jawa yang artinya “begadang” ini merupakan program yang disiarkan untuk menemani pendengar setia Solo Radio di malam hari yang masih susah tidur atau menemani aktifitas pendengar di malam hari.

**Weekly Program**

**a) Sarapan Pagi**

“Santai akhir pekan dipagi hari” merupakan kepanjangan dari nama program ini. Program ini hadir di hari Sabtu dan Minggu mulai pukul 06.00 WIB sampai 10.00 WIB untuk menemani pendengar yang setelah lima hari sibuk kerja, kuliah atau sekolah. Untuk menemani pendengar yang sedang santai diakhir pekan, konten yang dibawakan juga tidak begitu berat yaitu ramalan bintang, membahas kegiatan yang bisa dilakukan di rumah saat hari pekan dengan pembawaan yang seru dari penyiar.

**b) Indo Sakodi**

Program ini disiarkan di hari Sabtu pukul 10.00 WIB sampai 12.00 WIB, program ini merupakan program yang memutar lagu-lagu hits Indonesia yang masuk dalam 20 *chart* musik dan yang mampu bertahan di *chart* tangga lagu atau yang menjadi juara. Untuk pendengar yang mencari referensi lagu-lagu hits Indonesia bisa mendengar program ini.

**c) INDIELISM**

Sesuai dengan nama programnya, program ini merupakan program *all about indie movement*. Program ini hadir di hari Minggu pukul 13.00 WIB sampai 15.00 WIB, selama dua jam penuh pada program ini akan membahas mengenai band-band *sidestream local*, info *gigs*, *review* album, *review single*, gosip-

gosip *underground* semua hadir di Indielism. Program lintas genre mulai dari indie rock, indie pop, dan hip-hop.

**d) Eazy Sunday**

Program ini disiarkan dihari minggu selama dua jam dari pukul 15.00 WIB sampai pukul 17.00 WIB. Sesuai dengan nama programnya *Eazy Sunday* acara pada program ini mengajak pendengar untuk santai menikmati hari minggu dengan lagu-lagu yang *easy listening*.

**e) Happy Weekend**

Seperti slogan dari program Happy Weekend, “karena *weekend* cuma dua hari ngapain dibikin *worry*”. Pada program ini memutar lagu-lagu yang menghentak bersemangat, lagu-lagu ngebeat dipilih untuk acara *weekend* ini. Acara ini hadir dihari sabtu dan minggu pukul 17.00 WIB sampai 20.00 WIB, yang membuat menarik adalah ada segmen KAPEKA atau Khalayan Akhir Pekan.

**f) LEKAT**

Program ini hadir dihari kamis dari pukul 20.00 WIB sampai 23.00 WIB. Program ini dibawakan oleh penyiar favorit Solo Radio, yang membahas tentang artis secara lebih dekat serta memutar lagu-lagunya sampai satu jam.

**g) Smash Your Ass**

Program yang hadir dihari kamis mulai pukul 21.00 WIB sampai 23.00 WIB ini memutar lagu-lagu musik rock, metal, heavy metal, thrash metal, death metal, grindcore, hardcore dan lainnya dari dalam negeri atau pun luar negeri. Juga memberikan informasi seputar konser, album, gigs, interview band, dan berbagai gossip tentang musik metal.

**h) Ada Cinta di Udara**

Program ini hadir dihari jumat mulai pukul 20.00 WIB sampai 23.00 WIB, program ini membahas mengenai percintaan. Drama cinta live yang dibawakan oleh produser dan penyiar dengan tema yang berbeda-beda dikemas dengan cara yang menarik. Juga ada sharing permasalahan seputar cinta, LDR, backstreet dan lainnya.

**i) Jomblish**

Program ini hadir dihari sabtu mulai pukul 20.00 WIB sampai 23.00 WIB jika ada program *sharing* mengenai dunia percintaan, ada juga zona untuk para *jomblo* diprogram Jomblish yang dibawakan oleh duo penyiar khas. Sesuai dengan taglinenya “hari gini *jomblo*? Ga masalah sih, kan ada Jomblish-*Jomblo Of The Wish*”. Acara ini dikemas secara *fun*, di program ini membahas *update* dari para *jomblo* di segmen *Jomblo Dalam Berita* serta

bisa cari tahu “*high quality Jomblo*” di *Jomblo Of The Week* , juga terdapat segmen lucu-lucuan di SUKIMAN yaitu “suka mikirin mantan”.

**j) Classic Spin**

Program ini merupakan program yang memutar lagu-lagu lawas tahun 70/80/90’an, program ini dapat dinikmati dihari minggu dari pukul 20.00 WIB sampai pukul 23.00 WIB. Bukan hanya lagu-lagu yang pernah hits dijamannya, tapi akan dibahas juga mengenai film dan sinetron yang sempat *booming* ditahun-tahun tersebut. Untuk pendengar yang kangen masa-masa itu dan ingin bernostalgia, program ini cocok untuk mengobati kerinduan.

**I. Kajian Pustaka**

Untuk memperoleh hasil yang maksimal dalam proses penelitian tentang strategi kreatif program radio guna mempertahankan pendengar, penulis akan mengacu pada pemikiran atau penelitian sebelumnya untuk penyusunan skripsi ini yaitu :

Skripsi karya Rizkie Fauzie Kurniawan Jurusan Ilmu Komunikasi konsentrasi *Broadcasting* Universitas Muhammadiyah Yogyakarta tahun 2014 dengan judul “Strategi Programming RRI Pro 2 Yogyakarta Dalam Mempertahankan Pendengar Tahun 2013” yang menggunakan metode penelitian kualitatif

deskriptif. Menghasilkan kesimpulan bahwa strategi untuk mempertahankan pendengar mengacu pada teori Susan Taylor Eastman yang meliputi pertama, strategi kesesuaian (*compability*) adalah kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan pendengar. Kedua, strategi pembentukan kebiasaan (*habbit formation*) pembentukan kebiasaan adalah membentuk kebiasaan-kebiasaan mendengarkan yang dihasilkan dari adanya penjadwalan program acara melalui prediksi yang seksama. Ketiga, strategi pengontrolan arus pendengar (*control of audiens flow*) pengontrolan arus pendengar dilakukan dalam rangka memaksimalkan pendengar yang mengalir dari satu program ke program berikutnya dan untuk meminimalkan pendengar mengalihkan saluran ke pihak pesaing. Keempat, strategi penyimpanan sumber-sumber program (*conservation of program resources*) agar program bisa dipakai lagi suatu saat, dengan penyajian yang berbeda. Kelima, strategi daya tarik massa (*Mass Appeal*) daya tarik massa sangat penting untuk mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program yang menarik sesuai kebutuhan pendengar.

Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini akan lebih membahas lebih dalam mengenai proses terbentuknya strategi kreatif dari mulai perencanaan program sampai dengan pelaksanaan program. Peneliti akan memberikan gambaran yang dilakukan

pengelola radio yaitu *program director*, produser dan penyiar yang mempunyai andil dalam mencetuskan program-program yang unik, *fresh* dan beda dengan yang lain.