

BAB III

SAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Sajian Data

Solo Radio merupakan salah satu radio swasta di Solo yang paling banyak diakses dan didengarkan. Keberadaannya mampu menarik perhatian pendengar khususnya anak muda, sesuai segmentasinya sebagai radio anak muda pengemasan programnya pun disesuaikan dengan kondisi atau gaya anak muda yang cenderung *up to date* dengan segala hal termasuk *playlist* musik, *update* informasi, *fun*, program inspiratif dan selalu berinovasi sehingga tidak membosankan. Dengan tujuan utamanya adalah menjadi radio yang mampu memberikan apa yang dibutuhkan pendengar serta menjadi pilihan pendengar.

Tak heran apabila Solo Radio mempunyai prestasi yang menggemirakan dari tahun ke tahun, pada tahun 2010 Solo Radio mampu mendapatkan pendengar banyak serta mampu menempati rangking ketiga dari 22 stasiun radio yang ada di Solo, kemudian tahun 2014 mendapatkan penghargaan dari KPID Jawa Tengah sebagai lembaga penyiaran swasta terbaik, kemudian setelah mampu mempertahankan eksistensinya tahun 2016 kembali mengungguli radio pesaing dengan naik ke peringkat kedua sebagai radio yang mempunyai banyak pendengar.

Persaingan di industri radio khususnya di Solo ini tergolong sangat ketat, untuk dapat menjadi radio yang unggul maka tidak mudah. Sebuah radio harus mempunyai segmentasi yang jelas dan mempunyai program yang digemari oleh pendengar sehingga pendengar tidak lari ke stasiun radio lain. Sebagai radio yang

sudah mengudara hampir 14 tahun, untuk mendapatkan pendengar saja tidak cukup tetapi harus lebih dari itu yaitu bagaimana upaya untuk mempertahankan loyalitas pendengar.

Guna mewujudkan hal tersebut maka sebuah radio harus mempunyai program yang menarik karena program merupakan unsur yang penting dalam sebuah radio. Keberhasilan sebuah radio dilihat dari kesuksesan program yang dimiliki. Salah satu program yang berhasil mencuri perhatian pendengar Solo Lovers yaitu Sriwedari. program ini merupakan program *primetime* yang ada di Solo Radio yang disiarkan selama 4 jam, program pagi yang menjadi *icon* sebelum masuk ke program-program lainnya ini mempunyai pendengar banyak dan mempunyai konten yang variatif. Perlu kejelian yang tinggi dalam merencanakan dan mengolah acara pagi, hal ini dikarenakan sifat dan perilaku pendengar radio yang kerap berubah sesuai selera di dalam perkembangan setiap zamannya. Program yang kreatif dipandang sebagai syarat penting untuk memenangkan hati pendengar.

Maka pada bab ini akan memaparkan data yang peneliti dapatkan di tempat penelitian. Dengan berpedoman pada wawancara yang sudah dilakukan sebelumnya serta dokumentasi yang peneliti dapatkan selama penelitian berupa foto, arsip dan lainnya. Serta akan di bahas pada analisis data nantinya dengan berpedoman pada teori yang sudah dipaparkan pada bab 1. Pembahasan ini mengenai strategi kreatif program yang dijalankan dan upaya untuk mempertahankan loyalitas pendengar di Solo Radio 92,9 FM tahun 2016.

1. Strategi kreatif program Solo Radio

Sebuah program yang dapat menarik perhatian pendengar merupakan idaman dari setiap stasiun radio, khususnya Program Director (PD) yang menjadi penanggung jawab sebuah program yang ada di radio. Seorang PD harus mengupayakan berbagai cara agar program yang dimilikinya mampu mendapat tempat di hati pendengar maupun bisa mengungguli radio pesaing dengan cara yaitu:

a. Menentukan radio kompetitor

Pada dunia penyiaran radio, faktor segmentasi adalah penting. Tanpa segmentasi yang jelas, program acara yang dirancang tidak memiliki tujuan dan arah. Kemudian menentukan kompetitor yang mempunyai target pendengar yang sama, serta mengamati program-programnya yang berpotensi dapat menarik pendengar yang sama. Pada wawancara dengan PD Solo Radio mengatakan :

“e kita kan pakek data dari AC Nielsen disitu kita lihat sih mana pesaing kita pendengarnya lebih banyak atau dibawah kita atau lebih tinggi dari kita dari hasil AC Nielsen itu. Kalo kompetitor dari kita itu lebih ke PTPN udah sih itu aja sama SAS FM” (wawancara dengan Program Director Maria Delsa Rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut menentukan kompetitor dari stasiun radio sendiri merupakan hal yang harus dilakukan agar dapat menjadi peringatan bagi pengelola radio untuk dapat menghasilkan program-program yang baik dan terus berbenah.

Bagi Solo Radio 92,9 FM yang menjadi kompetitornya yaitu radio PTPN dan SAS FM yang mempunyai acara serupa serta mempunyai target pendengar anak muda.

b. Mendengarkan radio lain

Kegiatan mendengarkan program radio lain ini untuk memberikan inspirasi dan evaluasi bagi kemajuan radio itu sendiri. Kegiatan ini dilakukan oleh *program director* Maria Delsa khususnya program yang bagus dan menarik yang dijadikan referensi, pada wawancara hari rabu 3 Mei 2017 mengatakan :

“..jadi karena patokan kita radio-radio kayak di Jakarta Jogja kayak gitu malah kita ini sih malah bukan ngak pernah memandang tapi kita berhati-hati, gimana ya.. ya pokoknya konten yang kita bikin udah terkonsep aja sih gitu aja, bedalah dari program radio yang lain”

Berdasarkan wawancara tersebut mendengarkan radio lain berguna untuk menjadi pembanding. Pembanding yang dimaksud adalah untuk melihat apa kekurangan dari radio sendiri dan apa kelebihan dari radio sendiri. Radio-radio yang sudah lebih lama mengudara dan mempunyai segmentasi yang sama menjadi salah satu referensi bagi Solo Radio, seperti radio Swaragama Jogja. Untuk memaksimalkan dalam membuat program PD mendengarkan program-program yang disiarkan pada pagi hari contohnya *YourFriend In The Morning* di Swaragama. Selain itu untuk memperkaya referensi PD juga mendengarkan radio-radio

lain secara acak, tentang bagaimana mendesain program pada pagi hari. Mulai dari pembagian segmen yang tepat dalam satu program, selingan lagu, dan beberapa komponen penunjang lain seperti pemutaran iklan, *insert*, *id's* dan lain sebagainya. Dengan tujuan agar dapat menghasilkan program yang tersusun rapi dan dapat dinikmati pendengar. Selain radio-radio di kota yang menjadi referensi, pengelola program juga sering kali mendengarkan radio kompetitornya yaitu PTPN dan SAS FM. Yang terpenting adalah bukan untuk mengikuti radio lain tetapi mempunyai kekhasan sendiri sehingga pendengar akan betah berlama-lama dengan radio tersebut.

c. Mencermati materi program radio lain

Setelah mendengarkan program lain, kemudian mencermati materi program yang ada pada radio tersebut. Hal-hal apa saja yang penting untuk dapat menjadi bahan koreksi dari radio sendiri. Maria Delsa mengatakan :

“Sebenarnya kan solo radio sendiri malah jadi patokan untuk radio-radio lain ya jadi kalo dari kita sih kita bikin program yang baru dan baru lagi sih. Tapi untuk sekarang ini yang perlu dikhawatirin adalah playlist musik dari kompetitor yang kadang lebih duluan dia, sama dia sekarang udah mulai ngikutin rame di instagram udah mulai ikut bikin video-video gitu”
(wawancara pada hari Rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut kegiatan mencermati materi-materi pada program radio lain atau kompetitor merupakan

salah satu cara untuk dijadikan referensi atau pun mengembangkan materi siaran sendiri agar lebih bagus. Pada kegiatan mencermati program radio lain ini PD mencatat beberapa hal yang disiarkan oleh radio kompetitor, mulai dari lagu yang diputar, sajian acara dan sebagainya. Pada wawancara sebelumnya PD memaparkan bahwa hal yang perlu dicermati dari kompetitor yaitu mengenai *playlist* lagu yang terkadang radio kompetitor lebih *update*.

2. Perencanaan Strategi Kreatif Program Sriwedari Solo Radio

Di dalam program radio mengandung pesan-pesan yang ingin disampaikan, dari setiap menit atau setiap segmen yang ada. Sebelum menghasilkan program yang enak didengar semua sudah dipersiapkan, dengan kata lain ada perencanaan program yang tersusun rapi agar menghasilkan kualitas program yang bagus. Begitu pula dengan program Sriwedari, agar programnya bisa dinikmati Solo Lovers maka harus ada strategi yang kreatif dalam merencanakan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memenuhi kebutuhan pendengar sesuai dengan segmentasi.

Program Sriwedari merupakan program unggulan, program tersebut dihadirkan dengan tujuan mampu memenuhi kebutuhan informasi khususnya berita *update* seputar lokal Kota Solo di pagi hari. Untuk berita yang disampaikan pada program Sriwedari merupakan berita yang ringan, untuk pengetahuan seputar daerahnya sedang ada kabar atau berita apa

yang *happening*. Cara penyampaiannya tidak formal, dan kalimatnya dibuat singkat serta mudah dipahami. Selain berita *headline news*, Sriwedari juga menghadirkan segmen tentang tips, info yang unik seputar fashion, gaya hidup, kuliner, kesehatan dan sebagainya dikemas sedekat mungkin dengan pendengar anak muda. Program Sriwedari hadir dari hari senin sampai jumat pukul 06.00 hingga pukul 10.00 WIB, Sriwedari mempunyai konten yang variatif salah satunya segmen yang berbeda-beda setiap harinya dari senin sampai jumat. Untuk menghasilkan program yang bagus maka ada beberapa tahapan diantaranya :

a. Penentuan konten

Menentukan konten yang akan dibawakan pada program Sriwedari ini bisa dilakukan setelah memahami format stasiun dan target sasaran dari program Sriwedari. Maka akan lebih mudah untuk membuat konten siaran. Konten yang disajikan pada program Sriwedari sendiri dipilih dari yang paling *update*. Pada wawancara hari rabu 3 mei 2017 dengan Rahmat Meutuah sebagai produser mengatakan :

“Kalo strategi kreatif ya pasti namanya konten siaran itu kan harus kreatif ya minimal itu buat menarik perhatian pendengar, strateginya biasanya itu satu dari konten siaran, konten siaran itu dipiih dari yang paling *update* dan yang paling *happening* karena ini radio dan segmentasinya anak muda itu kontennya ga berat dan disesuaikan dengan umur..”

Hal tersebut dikuatkan lagi oleh Maria Delsa selaku Program Director :

“Kita ada tim kreatifnya, kalo dari on airnya sendiri aku berhubungan langsung sama produser tapi kalo untuk *onlinenya* aku hubungannya sama Mas Abdul kayak web dan media sosial lainnya dan untuk tim kreatifnya ada aku Program

Director, Produser dan Penyiar, kita biasanya ada *meeting* mingguan gitu buat ngebahas program dan konten apa yang harus diperbaharui”(wawancara pada hari rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan Produser dan Program

Director hal yang perlu diperhatikan dalam membuat program yaitu konten. Konten tersebut disesuaikan dengan segmentasi dan target sarannya. Untuk segmentasi dari Solo Radio yaitu anak muda sesolo raya dan sekitarnya. Untuk menghasilkan konten yang bagus pada program Sriwedari dibuat tim kreatif yang terdiri dari Program Director, Produser dan Penyiar. Guna memudahkan *brainstorming* ide atau konten untuk disiarkan setiap hari yang berbeda-beda maka diadakan waktu *meeting* mingguan untuk membahas konten yang perlu diperbaharui.

b. Penempatan program

Penempatan yang dimaksud adalah spot yang pas dan tepat untuk sebuah program. Program Sriwedari merupakan program *primetime* di pagi hari yang membutuhkan perencanaan program yang sesuai untuk acara pagi. Penempatan spot program yang pas membuat program yang disiarkan tidak sia-sia. Maria Delsa mengatakan :

“emm.. ya tadi kayak yang aku bilang, yang pendengar mau tu seperti apa sih, acara seperti apa sih yang bisa nemenin di pagi hari siang hari sore hari, pendengar tu sukanya dengerin yang apa nah kalo aku ngebedainnya itu program Sriwedari ngangkat budaya-budaya lokal, info-info lokal, dan sedangkan program sore itu lebih ke *fashionable famous fit* kayak gitu sih” (wawancara pada hari rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut penempatan program

primetime Sriwedari bisa diterima dengan baik oleh pendengar dengan

melalui pertimbangan cocok atau tidaknya Sriwedari ditempatkan pada acara pagi dari segi konten, lagu yang akan diputar dan lain sebagainya. Serta konteksnya memberikan pengaruh yang besar juga untuk pendengar seperti, memberikan inspirasi di pagi hari, semangat pagi sebelum memulai aktifitas dan dengan memberikan informasi *update* setiap paginya. Seperti yang dikatakan oleh Rahmat Meutuah :

“e apa ya, nah yang membedakan Sriwedari dengan program lain coba kita bandingkan dengan program Manahan yang sama-sama *primetime* ya, tapi waktunya beda pagi sama sore nah kalo pagi kita itu lebih kayak menyapa pendengar dengan penuh semangat umumnya kayak gitu dan mengantarkan mereka beraktifitas sedangkan kalo sore yuk *happy happy* dulu disini habis pulang kerja pulang sekolah nih kita seneng-seneng dulu disini tapi konteksnya disore juga bisa galau, kalo pagi itu cenderung *happy* ya intinya yang harus kita tanamkan itu emosi bahagia dan mengajak bahagia”. (wawancara pada hari rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan apa yang dipaparkan oleh Program Director dan Produser tersebut dalam membuat sebuah program harus memperhatikan karakteristik program tersebut seperti apa kemudian mempertimbangkan waktu penyiarannya yang cocok di jam berapa. Untuk memberikan siaran yang sesuai kebutuhan pendengarnya, Sriwedari merencanakan programnya dengan matang. Seperti program-program lain yang mempunyai ciri khas sendiri, Sriwedari juga demikian. Sriwedari mencirikan diri sebagai program yang memberikan informasi-informasi lokal dan budaya serta *headline news* dari daerah-daerah jangkauan Solo Radio khususnya pendengar Sriwedari, dengan tidak mengesampingkan kebutuhan pendengar anak

muda yang berciri modern. Sehingga konten yang ada di program tersebut dikemas dengan baik dan enak didengar.

c. Penentuan segmen

Setelah memilih jam yang tepat untuk menyiarkan program Sriwedari kemudian menentukan segmen-segmen yang ada pada program Sriwedari dari pukul 06.00 sampai pukul 10.00 WIB. Terdapat segmen harian dan mingguan yang variatif serta kreatif yang akan mengisi dijam tersebut. Maria Delsa mengatakan pada wawancara 17 februari 2017 :

“Dari hari senin sampai jumat Sriwedari segmen pertama diawali dengan *GoodMorningSolo* yang berisi info dan berita seputar Solo dan sekitarnya, kemudian *Masaseh* yaitu berisi info unik dari seluruh dunia yang lazim orang ketahui, lalu *MondayOnTop* yang membahas mengenai info yang *happening* selama seminggu. Begitu seterusnya, yang membuat berbeda hanya disegmen terakhir sesuai tema harinya, hari selasa dengan *Titanics* (tips tampan en cantics), hari rabu dengan *Rumit* (Rumpiin Selebritis), hari kamis dengan *Yutumbas*, dan di hari jumat dengan *FitnFresh*.”

1) Segmen Harian

- a) Segmen pertama pada program Sriwedari diawali dengan segmen *Sarapan Yuk* (Sapaan Penuh Harapan) pada segmen ini merupakan bagian dari *opening* Sriwedari yang didalamnya berisi sapaan dari penyiar untuk para pendengar, Solo Lovers bisa mengirim pesan sms, *whatsapp*, atau *mention twitter* dan *instagram* berupa sapaan atau ucapan untuk kerabat dan lainnya yang kemudian akan dibacakan oleh penyiar.

- b) Segmen kedua yaitu *Good Morning Solo* pada segmen ini didalamnya berisi informasi atau berita lokal kota Solo dan sekitarnya meliputi Karanganyar, Sukoharjo, Salatiga, Boyolali, Klaten, Sragen dan Wonogiri. Berita yang disajikan pada segmen ini ada batasan-batasannya, berita yang ringan dan tidak berbau politik dan ekonomi.
- c) Kemudian segmen berikutnya yaitu *Masaseh* pada segmen ini berisi informasi unik serta berisi fakta-fakta dari berbagai penjuru dunia yang jarang diketahui oleh kebanyakan orang. Yang dikemas dalam bentuk skrip kemudian dibacakan oleh penyiar.

2) Segmen mingguan

Program mingguan ini merupakan salah satu program yang membedakan Sriwedari dengan program lainnya, dari hari senin sampai jumat mempunyai konten yang berbeda-beda serta informasinya selalu baru setiap harinya. Penyampaian informasi atau beritanya dibacakan oleh penyiar dengan menggunakan skrip yang dibuat oleh produser, sering kali berita atau informasi tersebut penyiar juga terlibat dalam mengusulkan berita atau informasi yang akan dibawakan.

- a) Hari senin yaitu segmen *Monday On Top* ini merupakan informasi yang menjadi *trending topic* seminggu yang lalu di sosial media dan media lainnya. Setidaknya

kurang lebih ada 5 berita *trending topic* yang disampaikan pada segmen *Monday On Top*.

- b) Hari Selasa yaitu segmen *Titanics (tips tampan en cantics)* pada segmen ini informasi yang disampaikan lebih kepada tips-tips untuk pendengar tentang motivasi diri yang membangun.
- c) Hari Rabu yaitu segmen *Rumit (Rumpiin Selebritis)* yang merupakan informasi yang disampaikan oleh penyiar seputar *entertainment* musik, rilisan lagu, artis dan gosipnya. Informasi tersebut dipersiapkan oleh produser dan dibuat skripnya untuk dibacakan penyiar.
- d) Hari Kamis yaitu segmen *Yutumbas* ini merupakan segmen yang memberikan informasi seputar dunia kuliner, pada segmen tersebut informasi yang diberikan bermacam-macam mulai dari *review blogger* makanan, filosofi makanan dan beberapa hal mengenai kuliner yang jarang diketahui orang.
- e) Hari Jumat yaitu segmen *Fit and Fresh* pada segmen ini berisi berita atau informasi yang disampaikan oleh penyiar tentang kesehatan. Berita yang diambil tidak berat, biasanya berita-berita mengenai manfaat tumbuhan, manfaat minuman dan sebagainya yang cenderung ringan.

Dalam mengemas segmen-segmen Sriwedari tersebut ada peran tim kreatif, tim kreatif tersebut terdiri dari Program Director (PD), Produser dan Penyiar ketiganya melakukan *meeting* mingguan untuk membahas konten yang akan disajikan pada segmen-segmen yang sudah ditentukan untuk minggu depannya, termasuk program mingguan dari Sriwedari di hari senin sampai jumat. Peran tim kreatif disini sangat besar karena memantau jalannya program dan isi program, tim kreatif dapat memberikan masukan atas programnya yang dirasa kurang berhasil. Rahmat Meutuah mengatakan :

“Ya inovasi sih, jadi ada laporan statistik pendengar itu berapa itu keluar langsung dari PD ngasih tau pendengar ini tu berkurang atau bertambah kita produser biasanya ngomong dulu ama Eca apa yang kurang biasanya sih segmen, misalnya segmen olahraga itu e dihapus ganti jadi apa segmen fashion tadi dimodif, mainnya di segmen sih biasanya kayak gitu” (wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut beberapa segmen ada yang diganti dengan segmen baru dengan konten yang baru juga. Pernyataan tersebut dikuatkan lagi oleh penyiar Sriwedari Indra Narendra :

“Nah dulu kan di Sriwedari ada segmen Masaseh kalo sekarang diganti sama segmen baru Osaka itu.. osaka kepanjangan dari obrolan suka suka jadi itu kayak *morning shownya* nah itu obrolan dari dua penyiar berdasarkan berita atau tema yang rame dibicarakan misalnya *update* kelulusan uforianya seperti apa nah itu kita obrolkan tanpa text jadi mengalir aja itu juga melibatkan solo lovers untuk berinteraksi dengan kita dengan menanggapi obrolan kita, pembawaanya pun itu santai dan lebih ke *jokes jokes* gitu” (wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan produser dan penyiar Sriwedari segmen tersebut diganti dengan tujuan agar pendengarnya tidak jenuh. Program mingguan Sriwedari juga ada yang diganti nama serta kontennya

juga diperbaharui. Ada beberapa yang diubah, hari senin tetap dengan *Monday On Top*, selasa diganti menjadi FYI atau *for your information*, rabu dengan *Speak-speak*, Kamis dengan *Deporte*, jumat tetap dengan *fit and fresh*.

Selain itu pada prinsipnya radio siaran harus mengembangkan konten siaran dan mengikuti perkembangan zaman. Setiap stasiun radio, khususnya di bagian perencanaan program, sangat membutuhkan para kreator atau orang-orang kreatif sekaligus inovatif dalam mengemas program yang akan disiarkannya. Dalam stasiun radio yang bertanggung jawab pada keseluruhan program yaitu PD, selain bertanggung jawab pada keseluruhan program PD juga bertugas membuat serta menyusun jadwal siaran. Seorang PD juga harus selalu memantau perkembangan tren program-program radio lain untuk dijadikan referensi untuk radionya.

d. Penulisan Naskah Berita

Setelah segmen-segmen dalam program Sriwedari terbentuk dan sudah ditentukan kontennya maka tahapan selanjutnya yaitu penulisan naskah. Penulisan naskah berita untuk segmen *Good Morning Solo* dan segmen mingguan dari hari senin sampai jumat di program Sriwedari. Disesuaikan dengan segmentasinya anak muda dari usia 15 sampai 35 tahun, berita yang disampaikan pada segmen *Good Morning Solo* adalah berita yang ringan dan disampaikan dengan bahasa yang santai. Sebelum *on air*, ada persiapan terlebih dahulu yaitu mencari berita kemudian dibuat skripnya oleh produser, berita diambil dari sumber yang akurat bisa dari

web atau berita online. Karena yang diutamakan adalah berita yang terbaru sehingga skrip berita bisa dibuat sebelum *on air*. Indra Narendra mengatakan :

“..setiap materi yang bikin kan produser kalo pagi dari jam 6 sampai jam 10, jadi misalnya jam 6 udah masuk nih dia udah nyiapin materi untuk yang dijam 7 sampai setengah 8”
(wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Kemudian untuk segmen mingguan Sriwedari *Monday On Top*, *Titanics*, *Rumit*, *Yutumbas* dan *Fit and Fresh* yang ditempatkan pada segmen terakhir beritanya juga dibuat oleh produser tetapi tidak menutup kemungkinan penyiar juga ikut andil dalam mencari dan membuat berita.

Hal tersebut dikatakan oleh Indra Narendra :

“untuk beritanya itu yang bikin ga cuma produser aja tapi penyiar juga, nah untuk beritanya itu kita bikin serba dadakan karna yang diambilkan kayak headline news gitu jadi ya berita kan sekarang cepet diperbaharui jadi ya bisa aja yang udah disiapkan terus diganti dengan berita yang baru..” (wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut berita dibuat serba mendadakan untuk kriteria berita ini dipilih oleh produser tetapi penyiar juga ikut andil dalam mengusulkan berita yang bagus untuk dibuat skrip. Penyiar juga membantu produser dengan mengamati portal berita lain atau artikel lain selagi produser mencari berita untuk disiarkan.

e. Penentuan Waktu Siar

Setelah program yang direncanakan selesai, kemudian program tersebut disusun agar pesan-pesan tersebut dapat sampai secara efektif. Dalam menyusun durasi atau pembagian waktu dalam program radio disebut dengan *format clock* yang terdiri dari unsur-unsur isi atau materi siaran seperti *station call*, keterangan durasi penyiar berbicara, jumlah

lagu, jumlah iklan, *insert* yang kemudian menjadi panduan dalam siaran untuk produser dan penyiar. Rahmat Meutuah mengatakan :

“..satu segmen itu kan satu jam ya itu konten siaran, diluar konten siaran iklan dan lagu itu juga tetep jalan, ada aturan *talk time* itu maksimal berapa menit terus masuk berapa lagu itu ada aturannya, jadi jam segini ada lagu jam segini iklan jam segini lagu jam segini *adlibs* dan lain sebagainya, nah kita tinggal ngisi slot-slot itu aja udah ada pakemnya dan ga bisa diganggu gugat (wawancara pada hari 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara pada tanggal 3 mei 2017 dengan

Produser, pembagian atau penyusunan dalam program itu penting terlebih lagi jika sebuah program memiliki banyak konten yang berbeda-beda dan selalu berubah setiap waktu seperti Sriwedari, *timing* dilakukan supaya pendengar tetap konsisten (*stay tune*) dalam mendengar program radionya. Penyusunan programnya pun juga harus dipahami oleh penyiar dan menjadi acuan selama program Sriwedari berlangsung. Indra Narendra mengatakan pada wawancara hari Rabu 3 Mei 2017 di kantor :

“Kalo dari segmennya, di jam 6 sampai jam 7 ada segmen yang namanya Sarapan (sapaan penuh harapan) itu ada pendengar yang pengen *request* lagu terus mau mengucapkan ulang tahun, *anniversary* perusahaan terus ya ucapan-ucapan selamat pagi lewat whatsapp atau twitter, terus dijam 7 sampai setengah 8 itu ada segmennya *Goodmorningsolo* terus dijam setengah 8 sampai jam 8 itu ada namanya segmen *Masaseh*, jam 8 sampai jam 9 itu ada program mingguan”

Berdasarkan wawancara tersebut di dalam penyajian program, produser Sriwedari juga membuat suatu *rundown* acara agar acara dapat berlangsung lancar dan terarah. Selain itu, program director perlu merancang dan membuat *format clock* untuk program-programnya. Pada program Sriwedari satu segmen satu jam, Rahmat Meutuah pada

wawancara 3 mei 2017 lalu mengatakan untuk *format clock* tidak bisa dirubah karena itu sudah ada aturannya dari PD tetapi untuk konten atau materinya bisa dirubah, karena itu merupakan strategi kreatif untuk membuat sesuatu yang *fresh* pada program Sriwedari.

f. Menentukan Kriteria penyiar

Menentukan penyiar untuk program Sriwedari perlu memahami karakter terlebih dahulu seperti cara berbicaranya seperti apa, kemudian disesuaikan dengan ciri khas dari program Sriwedari serta konten yang ada pada Sriwedari. Maria Delsa mengatakan :

“..penyiar juga aku pilih-pilih kalo orang yang *cewawakan* aku taruh di program pagi, kalo penyiar yang agak lembut pengoda gitu ada program sendiri siaran sendiri”(wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut untuk program siaran harus menentukan kriteria penyiar seperti apa yang dimau, dan tuntutan programnya seperti apa. Sebab, penempatan penyiar yang tepat pada program yang tepat tentu bukan hal yang mudah. Sriwedari memilih penyiar dengan warna vokal yang tidak terlalu lembut karena kebanyakan dari segmen-segmen Sriwedari mempunyai konten yang lebih ceria.

g. Lagu yang diputar

Lagu yang disuguhkan pada program, sesuai dengan suasana hati pendengar saat pendengar mendengarkan radio. Setidaknya lagu yang diputar cocok dengan waktu atau jam siarnya, disesuaikan baiknya lagu bertempo cepat, medium atau lambat. Pada wawancara 17 Februari 2017 dengan Maria Delsa mengatakan lagu yang diputar

pada program Sriwedari adalah Top 40. Ini salah satu alasan mengapa seseorang menyukai radio hanya karena lagu-lagu yang diputar.

h. Perencanaan komponen penunjang isi program

Setiap stasiun radio harus memiliki penunjang daya tarik program, gunanya untuk mencirikan identitas stasiun radionya. Penunjang daya tarik siaran ini disesuaikan dengan format radionya, Solo Radio memiliki format musik maka komponen-komponen penunjang daya tarik isi programnya lebih mencerminkan atau memperhatikan unsur musik dan *tagline* yang menandakan musik sebagai sajian utamanya. Setelah penyusunan program Sriwedari selesai kemudian membuat komponen penunjang isi program tersebut diantaranya :

1) *Station call, station call* dibuat sebagai pengenalan radio berupa audio yang durasinya pendek sekitar 5 sampai 10 detik. Rahmat

Meutuah mengatakan:

“ya itu pasti ada, buat penanda atau pengenalan radio, *tagline-nya* Solo Radio 92,9 FM *Famous Fit and Fashionable in the city* dan itu selalu diputar pas *opening* dan *closing* “ (wawancara pada hari Selasa 16 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan produser Sriwedari, *station call* ini berfungsi untuk memberikan ciri khas dari Solo Radio di dalamnya terdapat angka gelombang atau frekuensi, alamat stasiun dan nama stasiun. *Station Call-nya* dikemas dalam bentuk disenandungkan dengan iringan musik atau efek suara secara singkat. Selain sebagai penanda atau pengenalan radio, *station call* ini juga membawa misi dari

Solo Radio sendiri yaitu *Famous, Fit and Fashionable*. Sebagai radio yang memberikan label radio anak muda, id's tersebut mengandung makna yang sesuai dengan anak muda yaitu ingin terkenal sehat dan bergaya hidup modern.

2) Membuat *Radio Expose* (RE), RE ini dibuat untuk promo program Sriwedari, di dalamnya terdapat nama program, waktu penyiaran dan bentuk acara. Promo programnya pun disiarkan pada jam-jam potensial Solo Radio seperti di program unggulan lainnya. Indra Narendra mengatakan :

“RE itu mempromosikan program dengan cara direkam gitu, misalnya suara Isyana Sarasvati bilang Solo Lovers aku Isyana Sarasvati dengerin Sriwedari terus ya hari senin sampai jumat jam 6 sampai jam 10 pagi , kayak gitu nanti diputer” (wawancara pada hari rabu 3 Mei 2017)

Hal tersebut dikuatkan oleh Maria Delsa :

“Ya jadi kita kan lihat tu ada program yang kita bikin RE radio expose untuk program itu, bikin dulu skripnya dari *scripwriter* atau dari aku atau produser habis kita bikin kita take VO habis take VO ya udah langsung naik” (wawancara pada hari rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan penyiar dan program director membuat radio expose atau RE merupakan hal yang penting dilakukan. RE sebagai ajang promo program Sriwedari, yang berbentuk audio yang direkam. RE ini dapat dibuat sekreatif mungkin agar terdengar bagus, sebelum melakukan rekaman untuk RE dibuat dulu skripnya apa yang perlu dipromosikan nama program, jadwal siarnya serta efek atau backsound untuk RE juga harus dipilih dan disesuaikan, salah satu

cara agar RE bisa menjual program bisa merekam suara yang familiar seperti suara artis untuk mempromosikan program.

3) Membuat *iklan spot*, Solo Radio sebagai radio swasta tentu membuat dan merencanakan program sesuai dengan segmentasinya agar dapat menarik sebanyak mungkin orang untuk mendengarkan. Sehingga ini memicu pengiklan untuk bekerjasama dengan Solo Radio. Iklan yang masuk kemudian digarap dengan menarik agar tidak terdengar monoton, iklan dipersiapkan dan diproduksi sebelum program *on air*. Pada program Sriwedari iklan spot banyak diputar beberapa kali selama program berlangsung. Iklan spot berisi pesan promosi suatu barang atau jasa dalam bentuk audio yang direkam. Biasanya berdurasi 30 sampai 45 detik. Pada wawancara hari selasa 16 Mei 2017 Rahmat Muetauh mengatakan :

“ iklan spot sebelumnya melalui proses perekaman dengan menggunakan skrip yang dibuat oleh *scripwriter* pemutaran iklan spot sendiri sudah ada *traffic*-nya sendiri tidak masuk dalam *rundown*, jadi di *traffic* iklan ada jam-jamnya sendiri kapan harus memutar iklan dan berapa kali harus diputar”

Berdasarkan wawancara tersebut *iklan spot* tidak masuk dalam *rundown* Sriwedari melainkan ada jadwal tersendiri untuk iklan. Dalam jadwal pemutaran iklan sudah tertera jam berapa harus diputar dan beberapa kali diputar disela-sela program Sriwedari. Sebelum diputar *iklan spot* memiliki beberapa tahapan salah satunya yaitu membuat skrip. Pembuatan skrip ini dilakukan oleh *scripwriter*, peran *scripwriter* disini sangat besar karena harus mempunyai ide-ide yang

bagus dalam membuat skrip agar iklan spot tersebut lebih mempunyai nilai jual seperti memberikan efek musik dan menentukan intonasi dan gaya penyampaiannya seperti apa.

- 4) Membuat *Insert*, *insert* juga salah satu yang menjadi perhatian lebih di program Sriwedari. Karena *insert* juga menjadi bagian dari serangkaian program Sriwedari. *Insert* yang diselipkan pada sela-sela program tersebut ada dua versi yang pertama *insert* yang berupa berita *entertainment* dan olahraga yang disampaikan dengan *Voice Over*. Yang kedua yaitu *insert* yang berisi hiburan atau lucu-lucuan yang disampaikan juga dengan cara direkam disertai dengan efek-efek musik. Untuk *insert* versi yang pertama setiap hari selalu berubah dan diproduksi setiap hari. Ini merupakan salah satu bentuk kreatif dalam menyajikan sebuah informasi diambil dari berita yang sedang *update*. Karena berita hiburan dan olahraga itu mempunyai berbagai macam tema, maka dibuat kategori yaitu *famous update* dan *sport corner*. Biasanya seputar film, musik, lagu, penyanyi artis dan olahraga seputar Moto GP, sepak bola, tennis, dan lainnya. Rahmat Meutuah mengatakan :

“..kita ga ngambil informasi-informasi yang terlalu berat kayak politik ekonomi yang didalamnya itu ada istilah-istilah yang orang awam ga tau lah, jadi kita memilih kata. Kalo dari penyajiannya kayak apa namanya.. hampir sama kayak kriteria radio atau kriteria penulisan naskah radio pada umumnya gitu. Misalnya ada istilah yang ga umum didengar orang nah itu kita ganti ditulis ulang biasanya

berita dengan bahasa yang lebih ringan dan lebih singkat”
(wawancara pada hari rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut berita-beritanya diambil dari berita *online* yang akurat, kemudian ditulis ulang dengan bahasa yang lebih ringan padat dan jelas. Ini merupakan tugas dari *scripwriter* yang dituntut untuk bisa mengolah informasi tersebut terdengar lebih akrab di telinga Solo Lovers. *Insert* ini disisipkan di sela-sela program Sriwedari, waktunya diperkirakan sendiri oleh penyiar durasinya pun singkat. Biasanya *scriptwriter* membuat tiga berita dari masing-masing katategori, untuk pemutarannya diselang-selinghari senin *famous update* selasa *sport corner* begitu seterusnya.

Insert versi yang kedua yaitu “Cuma Canda”, *insert* ini disisipkan pada sela-sela program Sriwedari dengan durasi yang singkat hanya 20 detik sampai 30 detik. Cuma Canda ini berisi *joke-joke* singkat yang tujuannya untuk menambah kesan yang apik pada program Sriwedari, dibuat dengan cara direkam oleh bagian produksi. Pengisi suara dalam Cuma Canda ini yaitu Indra penyiar dari Sriwedari yang mempunyai basic komika, sehingga candaannya yang khas seperti saat membawakan program Sriwedari direkam kemudian dijadikan *insertion* dalam program Sriwedari. Rahmat Meutuah mengatakan pada wawancara 3 mei 2017 :

“kalo di Sriwedari itu yang *Cuma Canda* itu kayak *jokes* gitu yang ngisi Indra juga jadi dia kayak dialog dua orang (eh lagi ngapain satunya jawab ini nih kacamataku pecah mau ganti lensa, Indra jawab ya udah ganti lensa olahraga aja) jadi itu cuman kayak *jokes* *jokes* singkat ga lama cuma beberapa detik cuma 20 sampai 30 detik, itu sih yang membuat siaran radio itu lebih bervariasi beda sama *Tau ngak sih* kalo itu lebih informatif dan ada fakta-fakta gitu”

Berdasarkan wawancara tersebut *insertion* dibuat dan diselipkan pada sela-sela program Sriwedari adalah untuk menambah kesan yang lebih variatif, agar ada sisi serius dan hiburannya.

Setelah sudah selesai dirancang penunjang isi programnya maka dilakukan perekaman, namun sebelum masuk proses perekaman untuk iklan *spot*, *insert* dan RE sebelumnya dibuatkan skrip terlebih dahulu. Tugas ini dilakukan *scripwriter*, untuk *iklan spot* hal pertama yang dilakukan yaitu memilih orang untuk mengisi suara laki-laki atau perempuan sesuai tipe iklan, dibawakan dengan warna vokal seperti apa, menentukan musik dan efeknya. Sama halnya dengan proses pembuatan *insert* setelah pembuatan skrip selesai kemudian dimasukkan ke bagian produksi untuk dilakukan perekaman. Agar pesan yang disampaikan tersebut bisa tersampaikan dengan baik, proses perekamannya pun tidak kaku, dan menarik untuk didengar karena disisipkan musik-musik dan bahasa penyampaiannya santai. Untuk pengisi suara biasanya diambil dari tim produksi seperti penyiar, produser atau program director agar bisa menekan biaya produksi. Yang terakhir pembuat skrip menemani untuk *recording* agar hasil dari perekaman sesuai dengan yang diharapkan.

3. Pelaksanaan Strategi Kreatif Program Sriwedari Solo Radio

Pada tahap pelaksanaan program Sriwedari harus dipersiapkan dengan matang. Agar tidak terjadi kesalahan, karena apabila ada kesalahan sedikit saja akan mempengaruhi kualitas siaran. Setelah program

dirancang sesuai dengan kebutuhan pendengar, termasuk nama program, konsep dan konten siaran, insert dan lain sebagainya baru kemudian program tersebut dapat naik siar. Maria Delsa mengatakan :

“...setelah dirancang programnya dari hari senin sampai jumat habis itu udah bikin bumper, id, dan lain sebagainya baru naik..”
(wawancara Rabu 3 Mei 2017)

Pada tahap ini segala ide dan gagasan yang sudah tertuang pada perencanaan program sebelumnya direalisasikan, pada tahap ini pula ditentukan bagaimana program Sriwedari dibawakan, lengkap dengan gaya siarannya seperti apa, dan beberapa hal yang menjadi poin tambah dari program Sriwedari seperti kuis, *challenge* dan media pendukung seperti *twitter*, *instagram* sebagai media untuk dekat dengan pendengar pada saat program berlangsung.

a. Penyiar Sriwedari

Setelah menentukan penyiar dengan kriteria yang sesuai dengan program Sriwedari pada saat merencanakan program, terpilihlah dua penyiar yang memenuhi kriteria untuk membawakan program Sriwedari. Program Sriwedari dibawakan oleh dua penyiar yaitu Indra Narendra seorang komika asal Solo dan Haikal. Maria Delsa mengatakan :

“Ya kita milih penyiar untuk program primetime itu ga sembarangan, penyiar yang bisa ngangkat gitu nah penyiar indra narendra itu kan salah satu stand up comedy biar ada warna tersendiri di sriwedari” (wawancara pada tanggal 17 februari 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut program Sriwedari dari keseluruhan segmen mempunyai konten yang *fun*, terlebih acara pagi

memang yang tepat menyuguhkan acara yang dapat mengajak pendengar untuk bersemangat memulai hari. Dalam menentukan jumlah penyiar dalam program siaran memang tidak mudah, namun untuk program *morning show* seperti Sriwedari dibutuhkan dua penyiar.

b. Gaya Siaran

Pendengar Solo Radio sangat beragam, begitu pula dengan pendengar Sriwedari. Maka dari itu Solo Radio mencoba untuk menyesuaikan dengan sasaran pendengarnya agar lebih bisa diterima dari segi bahasa penyampaiannya. Meski pada kenyataannya tidak ada pendengar yang satu dengan yang lain sama. Pasti selalu ada perbedaan, namun agar sasaran menjadi lebih fokus maka dibuatlah sasaran berdasarkan segmentasi dari Solo Radio yaitu anak muda.

Maria Delsa mengatakan :

“radio ini adalah radio anak muda dan pendengar kita dari usia 15 sampai 35 tahun, lebih ke kelas B menengah dan C menengah ke bawah, kalo dari kelas sosialnya menengah ke atas dan menengah kebawah yaa anak sekolah, yang baru lulus, sama kerja punya penghasilan sendiri e 15 tahun mereka masih sekolah kan memang target kita segitu dan e 35 tahun itu karena mereka udah mempunyai penghasilan sendiri kita kan ada iklan kan mereka punya penghasilan sendiri otomatis mereka mendengar iklan kita sampein mereka bakal tertarik konsumtif gitu loh 20 sampai 35 tahun” (wawancara pada hari Rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut pendengar mempunyai selera yang berbeda-beda, Solo Radio berusaha tetap bisa memenuhi kebutuhan pendengarnya dengan mengemas program yang mengandung pendidikan, informasi dan hiburan seimbang. Sehingga pendengar dari kelas menengah atas dan menengah ke bawah bisa tetap menikmati. Karena ini radio

swasta yang juga memutar iklan dari klien, iklan yang diputar pun sesuai dengan target pendengarnya. Mulai dari iklan rekomendasi tempat sekolah, kampus, tempat kursus, restoran, hotel dan mall. Pada saat siaran penyiar Sriwedari menyesuaikan dengan pendengar yang dituju, gaya siaran penyiarinya lebih santai dengan menggunakan tutur kata bahasa Indonesia dan sesekali bahasa Lokal serta informasi yang disampaikan .

Indra Narendra sebagai penyiar mengatakan :

“Disampaikan dengan cara anak muda, sedekat mungkin dengan pendengar dengan menggunakan 95% bahasa Indonesia, dan bahasa yang diterapkan sehari-hari, jadi dua arah gitu kayak ngajak ngobrol sama pendengarnya, pendengar bukan hanya sekedar pendengar karena pendengar adalah teman kita dan dia mendengarkan solo radio karena pendengar menganggap solo radio adalah teman mereka jadi ada take and givenya” (wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Pernyataan itu dikuatkan lagi oleh Maria Delsa :

“Kita bahasa anak muda sih bahasa sehari-hari bahasa gaul gitu ga terlalu formal-formal banget yang biasa anak muda jaman sekarang pakailah..”(wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Berdasarkan pernyataan tersebut ini dilakukan semata-mata agar program yang disajikan dapat dipahami oleh sasaran yang dituju, serta programnya juga bisa disesuaikan dengan minat dan keinginan dari pendengar. Eni Safitri seorang pendengar Sriwedari mengatakan :

“..penyiarinya seru, anak muda banget ada segmen Osaka itu topik pembahasannya ga terlalu formal yang dibahas lucu-lucu, banyak hiburannya jadi ga bosan dengerinnya” (wawancara pada hari jumat 19 mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan Solo Lovers tersebut penempatan penyiar yang lucu dan ceria pada program Sriwedari mendapatkan respon

yang baik, dengan tutur kata atau pembawaan dua penyiar Sriwedari yang santai mampu diterima dengan baik oleh pendengar.

Karakter dan pembawaan penyiar dalam sebuah siaran ternyata juga mempengaruhi pendengar untuk mendengarkan siaran atau tidak. Nani Suharyanti seorang pendengar dari Kebumen yang mulai mendengarkan Solo Radio kurang lebih 5 tahun, sejak ia bekerja menjadi karyawan swasta di Solo mengatakan :

“dulu waktu penyiarnya kak Uranujunea iya sering dengerin sekarang gak pernah dengerin Sriwedari lagi, sekarang Sriwedari penyiarnya Haikal sama Indra mereka kalo siaran banyak ngelawaknya jadi aku gak tertarik buat dengerin Sriwedari lagi” (wawancara pada tanggal 20 mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan Nani Suharyanti kebiasaan pendengar atau kedekatan pendengar dengan penyiar dapat terjalin dengan baik ketika pendengar merasa senang atau suka dengan cara pembawaan penyiar pada sebuah program.

c. Menyampaikan informasi sesuai dengan tema

Pada tahap pelaksanaan ini, ide serta gagasan yang direncanakan pada tahap perencanaan program direalisasikan, seperti membuat skrip berita untuk segmen harian *Good Morning Solo*. Berita tersebut dibuat sebelum program berlangsung, tetapi tidak menutup kemungkinan berita yang sudah dibuat kemudian diganti dengan yang baru mengingat sumber diambil dari web dan berita *online* yang akurat. Seperti CNN Indonesia, Liputan 6, Detik.com dan lainnya maka akan sering ada berita-berita baru yang bermunculan, tentunya

dengan melalui pertimbangan yang matang dan sesuai dengan tema yang sudah ditentukan. Berita tersebut dibacakan oleh dua penyiar Sriwedari menggunakan skrip dengan ciri khas masing-masing, dengan aturan disampaikan dengan cara yang tidak kaku dan cenderung santai. Pada segmen ini terdapat berita dari lokal Kota Solo dan sekitarnya, ditentukan ada pembacaan empat atau lima berita.

Tabel 3. 1. Berita pada segmen good morning solo.

Time	Durasi	Item	Description
07.10-08.00	60'	<p>-Ngasih News dan Entertainment !!</p> <p>-Ngasih News ringan dimulai dari lokal kota Solo dulu!</p> <p>-Entertainment berita artis dan lain2 yang ringan2 ajah woke sip!!</p> <p>- Twitter : @Solo_Radio</p> <p>- FB : Solo <Spasi> Radio</p>	<p>#GoodMornincSolo</p> <p>*CUT1*</p> <p>Dari Solo</p> <p>Taman Plaza Manahan bakal ditambah Fasilitas</p> <p>Plaza Manahan yang baru diresmikan Oktober lalu/ keliatannya belum sepenuhnya sempurna// Untuk itu/ Pemkot Solo masih mau mempercantik tampilan Plaza Manahan dengan menambah fasilitas berupa air mancur dan tata cahaya/ dengan anggaran mencapai 15 miliar// Kepala Dinas Lingkungan Hidup/ bapak Hasta Gunawan bilang kalau langkah ini dilakukan karena sebelumnya sempet ada evaluasi kalau air mancurnya nggak kelihatan dan lampunya masih kurang// Disamping itu/ sebenarnya alasan utama penambahan fasilitas ini adalah</p>

			<p>untuk menambah estetika di lingkungan plaza/ biar lebih menarik dan masyarakat bisa memanfaatkan ruang terbuka dengan nyaman// Pemkot juga berharap supaya setelah penambahan fasilitas ini masyarakat juga ikut menjaga dengan tidak membuang sampah atau plastik makanan di sekitaran kolam air mancur/ sehingga tampilan keindahan air mancur nggak terganggu//</p>
--	--	--	---

(sumber : *rundown* resmi program Sriwedari Solo Radio)

Kemudian untuk segmen mingguan dari hari senin sampai dengan jumat dimulai dari *Monday On Top*, *Titanics*, *Rumit*, *Yutumbas* dan *Fit and Fresh* juga dibuat skripnya terlebih dahulu oleh produser, kemudian dibacakan oleh dua penyiar secara bergantian. Pada segmen mingguan ini berita diambil dari sumber yang akurat, ada empat sampai lima berita yang akan dibacakan. Hanya pada segmen *Sarapan yuk* yang merupakan segmen sapa pendengar dengan membacakan sms, *whatsapp*, dan *mention twitter* yang berisi ucapan atau sapaan Solo Lovers untuk para kerabat.

Dalam program Sriwedari mempunyai beberapa segmen, total ada 4 segmen serta beberapa komponen pendukung isi program termasuk *insert*, *id's*, *RE* dan *iklan spot*. Agar pendengar tidak bingung ketika mendengarkan Sriwedari setiap pergantian segmen harian ke segmen mingguan, ada *bridging* atau pengenalan dari penyiar yang memberitahukan bahwa telah masuk segmen berikutnya.

Berdasarkan data yang didapat, dalam *rundown* Sriwedari untuk segmen mingguan mempunyai tema-tema tersendiri. Yaitu senin pintar, selasa bergaya, rabu *ngerumpik*, kamis kenyang, dan jumat sehat. Maksud dari tema-tema tersebut adalah untuk memudahkan dalam mencari berita dan membuat berita, tema tersebut digunakan sebagai pedoman agar berita atau informasi yang akan disampaikan tidak melebar dan tetap fokus pada perencanaan segmen tersebut dibuat.

- 1) *Monday On Top* dengan tema senin pintar, tema ini merupakan tema yang dipilih sesuai dengan segmen *Monday On Top* yang membahas berita *trending topic* selama sepekan yang sifatnya pengetahuan misalnya seperti *rundown* di bawah, informasi yang disampaikan mengenai peduli lingkungan, dengan demikian maka produser mencari berita sesuai dengan temanya.

Tabel 3. 2. Berita program mingguan *Monday On Top* hari senin.

Time	Durasi	Item	Description
07.10-08.00	60'	Bahas sesuai Tema hari yah bosqueh ! - Senin → Pintar - Selasa → Bergaya - Rabu → Ngerumpik - Kamis → Kenyang - Jumat → Sehat - Sabtu → SERUMAH	#MondayOnTop *CUT 1* Halooo, Happy Monday Sololovers, selamat hari Senin. Udah masuk Senin aja nih// Yap senin pagi di #Sriwedari kita bakal nge-update berita yang on top minggu ini// Salah satu nya nih kaya berita yang lagi rame banget di obrolin di mana-mana//

		<p>- Minggu RantangMini →</p>	<p>Ohh.... Terumbu Karang Raja Ampat ☹</p>  <p>Anyway.. baru-baru ini kita dihebohkan sama sebuah foto yang muncul di sosial media facebook, tentang sebuah karang yang dicorat-coret dan disinyalir itu di Raja Ampat..</p> <p>Jadi, tepatnya hari Selasa kemarin akun facebook bernama Stay Raja Ampat mengupload foto terumbu karang yang dicorat coret sama oknum yang nggak bertanggung jawab. Terlihat ada tiga foto karang yang di coret, tulisannya “Welcome Stevan” ada juga tulisan “Nikacsa” dan Haja Andez”. Karang itu dicorat-coret dengan cara digurat. Karang ini ada di kedalaman 5-6 meter.</p> <p>Postingan foto ini sudah dishare sebanyak 350 lebih akun facebook lain.</p> <p>Well pihak Raja Ampat jelas kecewa banget, salah satu karang terbaiknya dicorat coret, mereka berharap pihak berwenang segera turun tangan dan menyelesaikan persoalan ini.</p> <p>Buat pelakunya supaya bisa mempertanggungjawabkan perbuatannya dan warning buat penyelam lain supaya lebih peduli sama lingkungan</p>
--	--	-------------------------------	--

(sumber : *rundown* resmi program Sriwedari Solo Radio)

2) *Titanics* dengan tema selasa bergaya, tema ini dijadikan pedoman untuk mencari dan menulis ulang berita dengan bahasa yang santai dan tidak kaku, informasi yang disampaikan pada segmen ini yaitu seputar tips-tips untuk para Solo Lovers. Informasi tersebut disampaikan oleh penyiar dengan bahasa yang mudah dipahami agar bisa menjadi motivasi dan saran.

Tabel 3. 3. Berita program mingguan *Titanics* hari selasa.

Time	Durasi	Item	Description
07.10 - 08.00	60'	<p>Bahas sesuai Tema hari yah bosqueh !</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senin → Pintar - Selasa → Bergaya - Rabu → Ngerumpik - Kamis → Kenyang - Jumat → Sehat - Sabtu → SERUMAH - Minggu → RantangMini 	<p>#TITANICS</p> <p>Tips Tampan En Cantics</p> <p>CUT 1</p> <p>Selasa TITANICS kali ini ditujukan untuk orang yang memang udah ganteng/cantik, bukan yang pengen jadi ganteng/cantik? Ngerti kan? Ih pinter deh.</p> <p>Buat yang kurang ganteng/cantik, ya udah nggak apa-apa, dari pada ngiri kan ya ! HAHHAHA</p> <p>1. Yakinkan Dirimu Sendiri</p> <p>Ada orang yang pernah bilang ke Indra haekal bahwa orang yang ganteng atau cantik banget itu biasanya nggak sadar kalau dia ganteng atau cantik. kita sempat percaya lho. Kirain kan kalau orang</p>

			<p>nggak sadar dirinya ganteng/cantik kan jadi nggak sombong gitu, tetap apa adanya, jadi lebih asik aja gitu orangnya jadi daya tariknya bertambah.</p> <p>Ternyata itu semua adalah dusta! Orang ganteng/cantik itu pasti tau kalau mereka itu ganteng/cantik! Namanya juga orang good looking, pasti setiap hari mereka disanjung-sanjung oleh banyak orang kan? Misalnya kayak: “Ih kamu tuh cakep banget siiich”. Anggap aja umur orang itu 20 tahun dan setiap hari dia dibilangin cakep. Dia udah denger kalimat itu 7.247 kali! coba itung deh sendiri !</p> <p>Dengan mengetahui kalau kamu ganteng/cantik. Percaya diri kamu pasti jadi naik. Dengan demikian pesona kamu jadi lebih terpancar.</p> <p>2. Jangan Sok</p>
--	--	--	--

(sumber : *rundown* resmi program Sriwedari Solo Radio)

- 3) *Rumit* dengan tema rabu *ngerumpik* tema ini dipilih sesuai dengan segmen *Rumit* yang memberikan berita *entertainment*, sesuai dengan temanya informasi yang dibacakan oleh penyiar

bersifat hiburan. Dengan tema tersebut produser dapat mencari dan membuat berita mengenai fakta artis, rilisan lagu dan musik.

Tabel 3. 4. Berita program mingguan Rumit hari rabu.

Time	Durasi	Item	Description
07.10-08.00	60'	<p>Bahas sesuai Tema hari yah bosqueh !</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senin → Pintar - Selasa → Bergaya - Rabu → Ngerumpik - Kamis → Kenyang - Jumat → Sehat - Sabtu → SERUMAH - Minggu → RantangMini 	<p>5 Artis Cantik dan Terkenal yang Jadi Single Parent di Usia Sangat Muda</p> <p>Muda, cantik dan terkenal, bukan jaminan rumah tangga mereka sukses. Beberapa artis muda dan cantik ini terpaksa menjadi single parent untuk anak-anaknya. Siapa saja mereka dan bagaimana perjuangannya dalam membesarkan anak seorang diri?</p> <p>1. Jessica Iskandar</p> <p>Jessica Iskandar alias Jedar harus membesarkan putranya, El Barack Alexander seorang diri di usia yang terbilang masih relatif muda. pernikahannya dengan Ludwig, warga negara Jerman yang masih anggota keluarga bangsawan itu harus kandas di tengah jalan. Dari pernikahan yang tidak direstui keluarga Ludwig, hingga mengandung dan melahirkan El, Jessica jalani tanpa dukungan dan kehadiran sang suami. Hingga pada akhirnya Ludwig pun mengajukan pembatalan pernikahan dengan Jessica. Wah dibalik sosoknya yang</p>

			ceplas-ceplos ternyata Jessica seorang wanita yang tegar ya guys? salut!
--	--	--	--

(sumber : *rundown* resmi program Sriwedari Solo Radio)

- 4) *Yutumbas* dengan tema Kamis kenyang, sesuai dengan tema harinya segmen ini memberikan informasi mengenai dunia kuliner. Informasi yang dibagikan kepada pendengar yaitu berupa informasi yang update serta jarang diketahui. Salah satu informasi yang pernah dibagikan oleh penyiar yaitu mengenai jurnalis makanan.

Tabel 3. 5. Berita program mingguan *Yutumbas* hari Kamis.

Time	Durasi	Item	Description
07.10-08.00	60'	<p>Bahas sesuai Tema hari yah bosqueh !</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senin → Pintar - Selasa → Bergaya - Rabu → Ngerumpik - Kamis → Kenyang - Jumat → Sehat - Sabtu → SERUMAH 	<p>#YUTUMBAS</p> <p>Hari Pers Nasional Yu tumbas kali ini kita bakal ngomongin seputar jurnalis makanan. Nah kebayang nggak sih jadi jurnalis makanan yang setiap waktu kita berkutik sama makanan di seluruh Indonesia bahkan sampai ke luar negeri, wah pasti seneng banget ya bisa makan gratis sambil jalan-jalan sambil eksis di bayar lagi.. woo enak banget. Anyway dibalik itu semua kira-kira sebenarnya jurnalis makanan itu kayak gimana sih? nah mungkin dari kamu ada yang tertarik buat jadi jurnalis makanan?</p>

		<p>- Minggu → RantangMini</p>	<p>Kita kasih tau nih dibalik jurnalis makanan...</p> <p>Acara kuliner favorit kamu apa sih_____?</p> <p>Kalau kamu jadi jurnalis makanan kamu pengen nyicipi makan apa?</p> <p>Suka Duka Jurnalis Makanan</p> <p>1. Nah ternyata sebelum kamu menjadi jurnalis makanan kamu harus benar-bener menguasai komposisi makanan di seluruh dunia. Jadi Jurnalis makanan, dipaksa untuk mengkonsumsi buku-buku tentang filosofi makanan, hubungan antara makanan dengan suatu peradaban, dan buku-buku yang membahas aspek kuliner lainnya.</p>
--	--	--------------------------------------	---

(sumber : *rundown* resmi program Sriwedari Solo Radio)

- 5) *Fit and Fresh* dengan tema jumat sehat, tema ini dipilih sesuai dengan segmen tersebut. Sesuai dengan tema yang sudah ditentukan maka produser mencari berita tentang kesehatan. Informasi ini bersifat edukatif yang dikemas secara *fun*, karena berita mengenai kesehatan sangat luas maka tema ini dapat dikerucutkan lagi. Misalnya tema jumat sehat mengenai kebiasaan tidur.

Tabel 3. 6. Berita program mingguan Fit and Fresh hari jumat

Time	Durasi	Item	Description
07.10 - 08.00	60'	<p>Bahas sesuai Tema hari yah bosqueh !</p> <ul style="list-style-type: none"> - Senin → Pintar - Selasa → Bergaya - Rabu → Ngerumpik - Kamis → Kenyang - Jumat → Sehat - Sabtu → SERUMAH - Minggu → RantangMini 	<p style="text-align: right;">#FitnFresh</p> <p>*CUT 1*</p> <p>Lebih enak mana tidur pakai bantal atau nggak pakai bantal?</p> <p>Yoo hari jumat ini kita bakal ngomongin soal kebiasaan tidur. Btw kamu biasanya kalau tidur lebih milih pakai bantal atau pakai guling?</p> <p>Eh tapi kamu tau nggak sih kalau menurut sebuah penelitian ternyata tidur tanpa bantal itu bikin sehat. Padahal sebagian besar ada yang nggak bisa tidur kalau nggak ada bantal.</p> <p>Dan salah satu cara paling ampuh untuk meningkatkan kualitas tidur kamu adalah dengan tidur tanpa menggunakan bantal. Lho, kok bisa? emang agak aneh sih, karena mungkin, banyak di antara kamu yang ternyata nggak tahu fakta ini.</p> <p>Well... balik lagi ke kamu sih, tapi nggak ada salahnya nih kita kasih tau Tidur Tanpa Bantal Itu Ternyata Baik Banget Buat Tubuhmu. Siapa tau kamu mau coba dan bisa ngerasain efeknya</p> <p>Daripada penasaran, nih kita kasih tau faktanya...</p> <p>Sms/twitter : Aku nggak bisa tidur kalau ga ada___?</p> <p>*CUT 2*</p> <p>1. Tidur nggak pakai bantal bisa mencegah sakit leher setelah bangun pagi hari. Praktekin dulu, biar kamu percaya.</p> <p>Kamu pasti sering kan mengeluhkan sakit di leher waktu bangun tidur pagi hari? Nah, coba deh ganti cara tidurmu yang biasa jadi berbeda, yaitu tanpa</p>

			bantal. Potensi cedera leher jadi makin kecil waktu kamu tidur teratur tanpa pakai bantal. Ini karena tidur tanpa bantal bisa melancarkan sirkulasi darah ke wilayah leher.
--	--	--	---

(sumber : *rundown* resmi program Sriwedari Solo Radio)

Berdasarkan data tersebut adanya tema-tema dalam segmen mampu membuat informasi yang disampaikan lebih fokus. Tema tersebut juga berguna untuk produser dalam menentukan berita atau informasi seperti apa yang diperlukan pendengar di usia 15 sampai 35 tahun. *Morning Show* di Solo Radio ini mempunyai informasi yang edukatif, hiburan dan informatif, kemudian dituangkan pada tema-tema tersebut agar bisa diterima oleh Solo Lovers.

Selain pembacaan berita dari segmen *Good Morning Solo* oleh dua penyiar serta pembacaan segmen mingguan, informasi lain yang menjadi salah satu pemanis dalam program Sriwedari yaitu *insertion famous update* dan *sport corner*, pada perencanaan sebelumnya berita tersebut merupakan berita yang bersifat hiburan seputar film, musik, rilisan lagu dan olahraga termasuk basket, sepak bola dan lainnya. *Famous update* dan *sport corner* dibuat secara audio melalui proses perekaman suara serta ada penambahan efek-efek kreatif seperti musik dan *backsound* lainnya untuk menunjang informasi saat disampaikan agar terdengar lebih menarik. Durasi pada pembuatan *insertion* tersebut pendek hanya sekitar 20 sampai 30 detik diselipkan pada sela-sela program Sriwedari

Tabel 3. 7. Skrip untuk rekaman *sport corner* Solo Radio

Sport Corner

1.	Pembalap F1 asal Perancis Esteban Ocon / dikabarin bakal henggang dari tim Manor / ke Force India musim depan // Ocon / menggantikan posisi pembalap dari Jerman Nico Hulkenberg / dan bakal mendampingi Sergio Perez dari Meksiko // Force india sendiri / sekarang menempati posisi ke empat diklasemen F1 2016 // Kita tunggu aksinya ya di F1 2017 //
2.	Ada wajah baru nih dipengurusan PSSI // Edy Rahmayadi resmi menjadi ketua umum PSSI menggantikan La Nyalla Mattalitti // Edy mendapatkan 76 suara / di Kongres Biasa Pemilihan PSSI / sementara lawannya Moeldoko yang jadi pesaing terkuat / mendapatkan 23 suara / dan Eddy Rumpoko memperoleh satu suara // Selamat untuk ketua umum PSSI yang baru / semoga bisa membawa PSSI lebih baik //
3.	Pertandingan Kualifikasi Piala Dunia 2018 di Belo Horizonte / bakal mempertemukan Brasil dan Argentina // Brasil mampu mengalahkan Argentina / dengan Skor 2 – 0 pada Kamis 10 November 2016 // Gol tercipta di babak pertama / lewat Phillipe Coutinho dan Neymar nih / gol pertama tercipta dimenit 25 / oleh Countinho / dan Neymar di menit menit akhir pertandingan ///

(sumber : data resmi dari Solo Radio tahun 2016)

Tabel 3. 8. Skrip rekaman *famous update* Solo Radio

Famous Update

1.	Kabar terbaru datang dari The Weeknd nih sololovers // Band asal Kanada ini bakal meluncurkan album barunya bertajuk Starboy / pada tanggal 25 November 2016 mendatang // Diakuini oleh The Weeknd / album ini terinspirasi dari musisi David Bowie // Mengutip dari NME / album ini terinspirasi dari hit ikonik dari David Bowie yaitu Starman //
----	---

2.	Setelah film Langit Terbelah di Langit Amerika sukses dipasaran / Max pictures kembali membuat sekuelnya nih / dengan judul Langit Terbelah di Langit Amerika 2 / teaser resminya diluncurkan pada tanggal kamis 3 November 2016 kemarin / dalam teasernya mengulas mengenai perkembangan sejarah Islam di Amerika / lokasi filmnya sendiri diambil di San Fransisco / California / Amerika Serikat / wah keren yaa / yuk support film Indonesia //
3.	Buat kalian yang suka film Superhero nih // Warner Bros merilis official trailer / dari film Wonder Women pada kamis 3 November kemarin // Adegan yang berdurasi 2 menit 30 detik ini / menampilkan aksi Gadot / dari awal sebelum ia berubah menjadi Wonder Woman / juga menampilkan latar belakang / dari mana ia mendapatkan pedang / dan perisai serta kemampuan supernya // Kita tunggu aja ya sololovers gimana filmnya / yang rilis Juni 2017 mendatang ///

(sumber : data resmi dari Solo Radio 2016)

d. Mengadakan kuis, *challenge* dan aktif di media sosial

Dalam melaksanakan program Sriwedari peran pengadaan kuis atau *challenge* dapat menjadi salah satu strategi untuk menarik partisipasi pendengar. Selain itu strategi ini dapat membantu meminimalisir pendengar beralih ke stasiun radio yang lain, Program Director bersama dengan Produser membuat setiap segmen-segmen di Sriwedari itu tidak membosankan yaitu dengan mengadakan *talkshow* dengan komunitas. Beberapa komunitas yang sempat diundang untuk *sharing* di Sriwedari yaitu komunitas indovidgram Solo, komunitas vespa, komunitas putra-putri Solo dan Solo mengajar, ada juga *talkshow* dengan artis yang sedang promo film atau promo lagu, serta mengadakan kuis berhadiah biasanya kuis lewat media sosial Solo Radio *twitter* dan *instagram*. Maria Delsa mengatakan :

“..kita kadang-kadang bikin talkshow komunitas dan kuis berhadiah dari klien kita gitu sih biar pendengarnya makin

banyak dan tetap *stay* di Sriwedari” (wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Pernyataan tersebut dikuatkan oleh Indra Narendra :

“Yang pertama ada kuis, kuisnya berupa *challenge* misalkan silakan kirim foto terbaik kamu menggunakan jersey kesayangan kamu lewat whatsapp atau *mention* di twitter” (wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut mengadakan kuis atau *challenge* pada saat berlangsungnya siaran Sriwedari merupakan salah satu strategi untuk membuat pendengar betah mendengarkan radio serta untuk menarik massa untuk mendengarkan program Sriwedari. Salah satu contoh kuis yang pernah ada di program Sriwedari yaitu untuk para Solo Lovers diajak untuk berfoto menggunakan jersey kesayangan kemudian di *upload* dan di *mention* ke *twitter* Solo Radio, kemudian penyiar dan produser akan memilih foto yang bagus dan sesuai yang akan menjadi pemenang. Lalu dikumpulkan dan diposting di *instagram* Solo Radio. Ini perlu dilakukan karena stasiun-stasiun penyiaran mendapatkan keuntungan dengan cara semaksimal mungkin untuk menarik perhatian pendengar dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Pada wawancara di kantor Solo Radio pada hari rabu 3 mei 2017 Maria Delsa mengatakan :

“Ya biasanya itu kita bikin kuis berhadiah, pagi pagi kita bagi hadiah habis itu kita emm kalo strategi kita yang lain itu adalah dari sosmed kita di *instagram* itu kita udah mulai bikin video-video lucu ada juga kerjasama sama klien jadi ga rugi-rugi banget gitu loh”

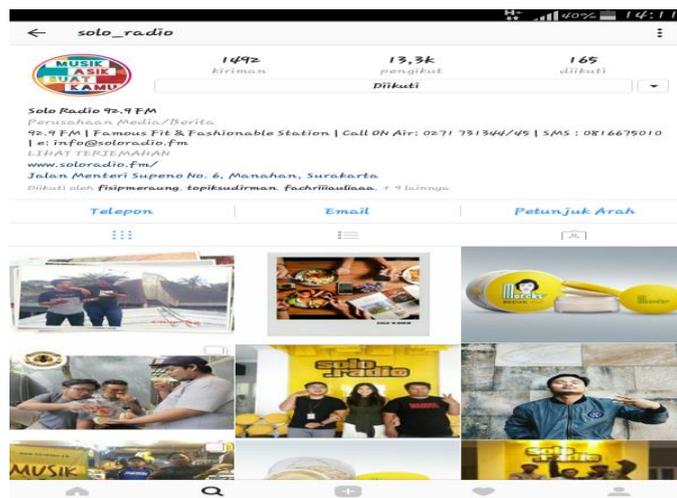
Berdasarkan wawancara tersebut kuis semacam ini juga bentuk kerjasama dengan klien yang masuk ke Solo Radio. Untuk pengadaan kuis tersebut terkadang lebih banyak dengan klien karena untuk menekan biaya

produksi juga. Pada akun instagram Solo Radio saat ini juga sedang mengembangkan postingan yang bersifat menghibur *followersnya* dengan membuat video-video lucu yang diperankan oleh beberapa crew Solo Radio maupun penyiar, agar pengikutnya atau pendengar yang *follow* akun instagram semakin mengenal Solo Radio serta semakin dekat dengan penyiar kesayangannya.

Sebagai media radio yang selalu mengedepankan kebutuhan pendengar serta tahu apa kebiasaan pendengar. Karena itu juga Solo Radio terus berbenah diri dan mengikuti perkembangan jaman, tentunya dengan mengikuti tren anak muda sebagai segmentasinya. Termasuk mengembangkan sosial media yang Solo Radio punya, salah satunya yaitu *instagram* yang saat ini sedang digandrungi oleh anak-anak muda. Hampir semua pendengar Solo Radio juga mengikuti sosial medianya, ada juga diluar pendengar Solo Radio. Bukan tanpa alasan, instagram Solo Radio dikelola dengan baik dan setiap info atau postingannya selalu terkonsep. Yaitu *update* dari konten yang akan dibahas pada program Sriwedari juga diposting di *instagram* kemudian *followers* dapat ikut berkomentar. Serta memposting foto dua penyiar disertai *caption* sesuai dengan tema-tema di program Sriwedari, untuk *pose* foto dari dua penyiar sebelumnya sudah di stok terlebih dahulu. Selain untuk mengikuti apa kebiasaan pendengar, sosial media ini digunakan juga untuk menarik massa. Rahmat Meutuah mengatakan :

“...karena ini konteksnya juga untuk menambah jumlah pendengar nah kita maininnya disosmed karena sekarang instagram lagi rame

dan instagram Solo Radio paling aktif diantara media sosial radio lain di kota Solo, paling aktif dan *followersnya* paling banyak ya kita manfaatin itu makanya tiap pagi itu sekarang ada *update-update* foto gitu kan dan itu udah terkonsep biasanya itu udah distok, harusnya foto-foto itu disesuaikan sama segmen harian Sriwedari misalnya olahraga gitu ya karna ada *burter* sama klien juga misalnya segmen olahraga ya posenya lagi olahraga gitu”(wawancara pada hari rabu 3 mei 2017)



Gambar 3. 1. Foto instagram Solo Radio.
(sumber : instagram Solo Radio diakses pada tanggal 21 mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut instagram digunakan sebagai salah satu media untuk memposting setiap kegiatan yang dilakukan program Sriwedari setiap harinya pada saat berlangsungnya program maupun sesaat sebelum Sriwedari *on air*. Pada akun tersebut digunakan untuk meng*update* berita atau informasi yang akan dibahas pada program Sriwedari.

Diadakannya kuis dan *challenge* ini juga efektif digunakan pada program Sriwedari, respon dari Solo Lovers untuk program Sriwedari cukup bagus dan banyak dari Solo Lovers antusias dengan adanya kuis tersebut pada saat siaran Sriwedari berlangsung. Rahmat Meutuah pada wawancara rabu 3 mei 2017 mengatakan :

“Pendengar Sriwedari itu rame dan pendengarnya itu responsif banget, maksudnya itu sangat interkatif itu karena apa ya e program lain itu kadangkannya cuma request tapi kalo di Sriwedari itu kita pernah buat *challenge*, *twit pict* rame ternyata yang ikut jadi mereka ngirim foto mereka dengan tema yang ditentukan dan *feedback* dari kita kemarin itu kita pilih yang bagus-bagus dari wa atau twitter terus kita edit gitu jadiin satu terus kita posting diinstagram”

Hal tersebut juga disampaikan oleh Eni Safitri dan Dian pendengar Sriwedari:

“kalau instagram sering stalking tapi ga mengikuti, sering request lagu dan ikutan kuis, sering disuruh ngasih saran juga buat segmen Osaka”(wawancara pada tanggal 19 mei 2017)

“Suka ngikutin kuis tapi belum pernah menang, sering request lagu juga, twitter ga mengikuti tapi mengikuti instagram sama facebooknya” (wawancara pada tanggal 19 mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan Solo *Lovers*, Dian memberikan respon yang baik dengan berinteraksi melalui media-media yang diberikan oleh Solo Radio untuk ikut berpartisipasi dalam program-programnya, baik melalui sms, *whatsapp*, *twitter* dan *instagram*. Memadukan kreativitas dan daya tarik suatu program memang tidak mudah. Karena walau bagaimana mengemas suatu acara radio siaran memerlukan rutinitas, latihan, kerja keras dan evaluasi sehingga tim kreatif atau tim acara yang terlibat bisa memahami segala hal yang diinginkan dan dibutuhkan pendengar.

e. Evaluasi program Sriwedari

Maka pada tahap terakhir dari perencanaan dan pelaksanaan program perlu diadakan evaluasi guna mengetahui seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat diwujudkan oleh Solo Radio Salah satunya adalah mengawasi seluruh isi program agar sesuai dengan tujuan awalnya, mempunyai catatan program yang disiarkan serta mengarahkan dan

mengawasi kegiatan staf departemen program seperti produser dan penyiar. Maria Delsa mengatakan :

“aku selalu ngasih *daily report* ke mereka, so aku bisa tau kegiatan yang dilakuin sama produser dan penyiar jadi mereka datangnya telat atau *rundown* ga dibaca jadi aku bisa tau nah nanti evaluasi ini adalah sebulan sekali meeting program” (wawancara Rabu 3 Mei 2017)

Berdasarkan wawancara tersebut PD memberikan *daily report* setiap harinya kepada produser untuk memberikan catatan apa pun pada saat berlangsungnya siaran, dengan menggunakan *daily report* akan memudahkan PD dalam memantau kegiatan on air programnya. *Daily report* diberikan kepada produser karena otomatis yang mengawasi jalannya program dari *opening* sampai *closing* adalah produser. *Daily report* ini dapat digunakan sebagai evaluasi pada saat *meeting* program sebulan sekali, guna sebagai acuan bagaimana program yang sudah berjalan misalnya tiga bulan. Atau memberikan catatan kepada penyiar saat membawakan program Sriwedari. Bersamaan dengan *daily report*, PD juga memberikan *logbook* atau laporan produksi siaran pada saat siaran berlangsung gunanya untuk mencatat berapa sms dan *whatsapp* yang masuk dari pendengar pada saat siaran Sriwedari berlangsung. Rahmat Meutuah mengatakan:

“untuk ukurannya sih bisa dari logbook kita ada tuh tiap harinya jadi kelihatan dan ada catetannya siapa aja yang sering request sering sms atau whatsapp kalo untuk mengukur jumlah pendengar” (wawancara pada tanggal 3 mei 2017)

Berdasarkan wawancara dengan produser pada tanggal 3 mei 2017 tersebut untuk dapat melihat interaksi dan partisipasi dari Solo Lovers

yaitu salah satunya dengan menggunakan *logbook* atau laporan produksi harian. Penyiar dan produser dapat menuliskan ada berapa banyak Solo Lovers yang turut berpartisipasi melalui sms atau whatsapp. Selain data dari AC Nielsen, ini merupakan salah satu cara untuk dapat menjadi evaluasi pada saat ada *meeting* mingguan atau *meeting* program setiap sebulan sekali.

Tabel 3. 9. tabel laporan produksi harian tahun 2016.

LAPORAN HARIAN PRODUKSI ON AIR Solo_Radio 92,9 FM												
Hari : Kamis												
Tanggal : 10 November 2016												
No.	Jam	Program acara	ANN				PS			Produser		
			Nama	Paraf	Tema	SMS	Nama	Paraf	Kegiatan	Nama	Paraf	Kegiatan
1.	06.00-07.00	Sriwedari	Bela dan Haikal									E
2.	07.00-08.00	Sriwedari	Bela dan Haikal		Talkshow	21						C
3.	08.00-09.00	Sriwedari	Bela dan haikal		Electronic city	WA 7						H
4.	09.00-10.00	Sriwedari	Bela dan haikal									A

(Sumber : dokumentasi Solo Radio 92,9 FM)

B. Analisis Data

Solo Radio 92,9 FM merupakan salah satu radio swasta yang cukup memberikan pengaruh pada dunia penyiaran radio khususnya daerah Solo dan sekitarnya. Sebagai media komunikasi publik yang memberikan segala yang dibutuhkan pendengar melalui program-programnya, Solo Radio mencoba untuk hadir menjadi salah satu pilihan pendengarnya dalam segi penyampaian informasi. Sejak berdirinya Solo Radio 92,9 FM sudah memilih segmentasi pendengarnya yaitu anak muda yang berusia mulai dari 15 sampai 35 tahun. Sebagai representasi dari radio anak muda Solo Radio dengan konsisten memberikan program-program yang sudah dirangkum menjadi program unggulan yang mana program tersebut dapat mewakili pendengar di usia produktif tersebut. Dengan mengindahkan visi dan misi Solo Radio yang ingin menjadi wadah bagi anak muda mendapatkan informasi yang *update* dan sesuai dengan kebutuhan, dalam tagline *famous, fit and fashionable*.

Salah satu unsur terpenting dalam media radio adalah program, program dapat menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah stasiun radio. Seorang pendengar memilih mendengarkan radio memiliki berbagai macam alasan, salah satunya karena menyukai programnya dan dirasa program tersebut dapat memberikan pengaruh untuk hidupnya. Begitu pula dengan program Sriwedari dari Solo Radio, program tersebut hadir dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pendengar akan berbagai macam informasi. Dalam proses perencanaan program Sriwedari tersebut tidaklah mudah, harus melalui proses yang panjang guna mendapatkan strategi yang tepat agar program dapat berhasil. Terdapat unsur kreatif dalam pengemasan

program Sriwedari agar informasi yang disampaikan dapat berjalan dengan baik dan efektif. Hal tersebut sependapat dengan (Triartanto, 2010:72) kreatif adalah memiliki daya cipta, mempunyai kemampuan untuk mencipta. Setiap stasiun radio, khususnya di bagian produksi siaran, sangat membutuhkan kreator atau orang-orang kreatif sekaligus inovatif dalam mengemas produksi program. Sehingga penyajian program radio siaran menuntut perlu adanya sesuatu yang isinya baru/aktual, orisinal, unik, dinamis, menghibur, informatif, edukatif, trendi, serta komunikatif.

Dalam hal ini bagian produksi program membutuhkan kemampuan untuk mengelola ide-ide kreatif tersebut dengan menyatukan gagasan-gagasan yang ada menjadi satu, agar dapat tercipta program yang menarik. Program Sriwedari menerapkan strategi kreatif dalam proses perencanaan dan pelaksanaan programnya, ini dilakukan dengan tujuan agar programnya dapat menjadi pilihan pendengar, menghibur dan memberikan pengaruh untuk pendengarnya.

1. Strategi Kreatif Pada Program Solo Radio

Strategi adalah suatu cara untuk mencapai tujuan tertentu. Untuk dapat mencapai tujuan maka dibutuhkan strategi yang tepat dan mudah untuk dilakukan. Salah satu tujuan media radio adalah membuat pendengar tidak lari ke stasiun radio lain, menurut (Sahana, 2014:178) langkah yang harus dilakukan adalah :

a. Menentukan stasiun radio pesaing

Menentukan radio lain yang menjadi pesaing dengan memiliki target pendengar dan posisi yang sama dengan stasiun radio itu sendiri.

Berdasarkan penelitian penulis, Solo Radio melakukan penentuan radio pesaing atau kompetitornya. Ini dilakukan guna mengantisipasi perencanaan program agar tidak sama, serta dapat menjadi referensi saat mengembangkan program acara. Dengan mengetahui kompetitor maka akan membuat pengelola radio termasuk bagian produksi program akan lebih serius membuat siaran yang berkualitas. Cara yang dilakukan oleh Program Director dalam menentukan kompetitor yaitu dengan menggunakan data dari AC Nielsen yang menunjukkan prosentase dari seluruh radio di Solo yang menunjukkan perolehan pendengar banyak atau sebaliknya. PD menggunakan data tersebut tetapi juga mempunyai standar sendiri untuk radio yang perlu di cermati yaitu PTPN dan SAS FM, yang sama-sama mempunyai segmentasi pendengar anak muda. Tetapi akan lebih baik lagi apabila Solo Radio menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threat*) dalam menentukan kompetitor agar lebih rinci dan tidak meraba-raba. Kekuatan dari Solo Radio sendiri, sudah mempunyai nama yang bagus di Kota Solo dan menunjukkan prestasi yang baik dengan mendapat penghargaan sebagai lembaga penyiaran swasta terbaik oleh KPID Jawa Tengah pada tahun 2014 dan di tahun 2016 berada pada peringkat kedua sebagai radio yang paling banyak diakses dan didengar. Pada program Sriwedari sendiri yang merupakan program unggulan juga mempunyai rating yang bagus untuk perolehan pendengar, acara yang disajikan juga terkonsep mulai dari segmen

harian dan mingguan. Kemudian dalam membuat konten pada program Sriwedari ada tim kreatif yang terdiri dari PD, produser dan penyiar yang mengelola. Namun ada beberapa kelemahan yang ada pada program Sriwedari yaitu terkadang *update* lagunya lebih dulu kompetitor. Tetapi dalam segi kreatifitas pengelola radio menunjukkan terobosan-terobosan yang belum dipakai oleh kompetitor, karena segmentasinya adalah anak muda maka pengelola mengikuti apa yang sedang tren dikalangan anak muda contohnya media sosial. Solo Radio mulai mengembangkan dan aktif di media sosial dengan cara meng-*update* informasi yang akan disajikan pada saat on air, membuat video-video pendek untuk menghibur pengikutnya di media sosial instagram yang berjumlah kurang lebih tiga belas ribu pengikut, cara ini kemudian ditiru oleh beberapa radio di Solo. Bagi Solo Radio yang perlu diwaspadai yaitu radio kompetitor PTPN dan SAS FM yang mulai mengadaptasi beberapa konsep acara Solo Radio sehingga tim kreatif disini harus bekerja extra untuk dapat membuat acara yang lebih kreatif lagi.

b. Mendengarkan program stasiun radio pesaing

Mengamati secara acak jam-jam potensial stasiun radio pesaing dalam menggarap program acaranya secara total dan serius.

Pada tahap ini Program Director selain mendengarkan programnya sendiri PD juga mendengarkan program radio lain dan radio kompetitor. Hal ini dilakukan untuk memberikan inspirasi serta bisa

menjadi evaluasi bagi radio sendiri kedepannya. Agar cara ini maksimal sebaiknya PD mendengarkan program khusus dari radio lain seperti program unggulan, karena biasanya pada program khusus tersebutlah sebuah program dibuat dengan sungguh-sungguh. Atau mendengarkan program *primetime* pagi yang disiarkan bersamaan dengan program Sriwedari agar dapat terlihat kelebihan dan kekurangannya.

c. Menganalisis materi program stasiun radio pesaing

Membuat buku catatan untuk mencatat secara detail apa yang dilakukan setiap program acara yang disiarkan oleh radio pesaing.

Pada tahap ini PD menganalisis program radio kompetitor dari segi pemutaran musik atau lagu. Pada kasus ini PD membuat catatan radio kompetitor lebih dulu memutar lagu baru yang lebih *update*. Tetapi pada tahap ini PD tidak membuat catatan secara rinci materi pada radio kompetitor tersebut seperti rangkaian program, gaya siaran, waktu penyiaran dan lain sebagainya.

d. Menyusun Strategi Melawan Stasiun Radio Pesaing

Data yang terkumpul selanjutnya dipetakan berdasarkan acara-acara yang menarik kemudian membuat kolom-kolom untuk mencatat temuan.

Pada tahap ini PD tidak membuat catatan khusus atas pengamatannya terhadap kompetitor secara menyeluruh, hanya perlu meningkatkan

playlist yang lebih *update* sehingga radio lain tidak lebih dulu memutar lagu-lagu yang baru.

Berdasarkan penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah tersebut sesuai dengan teori (Sahana, 2014:178). Terdapat empat poin penting agar seorang PD mampu mengarahkan timnya untuk membuat program yang baik dan menjaga agar pendengarnya tidak lari ke stasiun radio lain. Dengan teori tersebut dapat digunakan acuan dalam pengembangan program agar tim dapat menghasilkan siaran yang berkualitas. Namun pada kasus di atas PD harus lebih serius dalam membaca dan mengamati program-program kompetitor, agar radio sendiri dapat bertahan serta juga dapat mengikuti perkembangan jaman. Serta akan lebih baik apabila dalam menentukan kompetitor menggunakan analisis SWOT *strength, weakness, opportunity, threat*.

2. Proses Pengembangan Strategi Kreatif Dalam Perencanaan Program Sriwedari

Dalam pengembangan strategi kreatif pada program Sriwedari dilakukan oleh tim kreatif yang terdiri dari Program Director, Produser dan Penyiar. Tim kreatif berperan dalam menentukan format dan isi program pada proses perencanaan siaran, yang mana diperlukan suatu inovasi dan kreativitas. Howard Gough menyebutkan pendapat yang

dapat dijadikan pedoman dalam perencanaan siaran yaitu (dalam Triartanto, 2010:98)

- a. Penempatan (*placement*) yaitu penempatan spot yang pas dan tepat. Penempatan yang dimaksud adalah penempatan program yang akan disiarkan.

Berdasarkan penelitian penulis, program Sriwedari merupakan program *prime time* di pagi hari yang disiarkan pada pukul 06.00 sampai pukul 10.00 WIB dari hari senin sampai jumat. Program Sriwedari menyajikan informasi serta hiburan, untuk segmentasi anak muda program Sriwedari mengemas programnya dengan menarik. Diadakan kuis melalui sms atau *whatsapp* tidak jarang pula ada kuis twitter dan instagram serta *request* lagu. Informasi yang disampaikan dipilih dari berita-berita yang sedang *happening* dan ringan tidak berbau politik dan ekonomi, dibawakan dengan santai tidak kaku.

Program Sriwedari sudah dikemas dengan baik agar memenuhi untuk disiarkan pada pagi hari, dari segi konten dan lagu yang diputar secara keseluruhan segmen-segmennya untuk memberikan energi positif untuk pendengar, dibawakan dengan ceria dan menanamkan emosi bahagia kepada pendengarnya untuk memulai hari.

- b. Waktu (*timing*) yaitu durasi atau rentang waktu dalam setiap program yang sudah dijadwalkan. Ini juga erat kaitannya dengan bentuk-bentuk sisipan yang harus diselipkan.

Berdasarkan penelitian penulis, setelah program yang direncanakan selesai maka program tersebut perlu disusun agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat berjalan dengan efektif. Pada tahap ini yang berperan dalam menentukan pembagian waktu yaitu Program Director. Program Sriwedari disusun secara runtut dan terarah dengan panduan *format clock* yang dijadikan pedoman terhadap isi acara yang terdiri dari materi siaran jumlah lagu, jumlah iklan, bentuk-bentuk insert, keterangan durasi penyiar berbicara, *station call* serta keterangan lainnya yang menjadi panduan dalam siaran untuk produser dan penyiar. Termasuk pembagian segmen Sriwedari dan waktu untuk program dalam sepekan. Pembagian waktu dalam program Sriwedari mengacu pada pola perilaku pendengar dalam meluangkan waktunya untuk mendengarkan radio guna memudahkan perencanaan program siaran agar informasi yang disampaikan tepat sasaran. Pada program Sriwedari untuk durasi sudah dikelola dengan baik sesuai dengan *rundown* serta sesuai dengan *format clock*.

- c. Penyiaran (*announcement*) yaitu kata-kata yang dituturkan penyiar sebagai pembuka atau pengantar, perangkai dan penutup.

Pada tahap ini program Sriwedari disiarkan sesuai dengan yang sudah dirancang sebelumnya. Pada *opening* program diawali dengan segmen *Sarapan yuk* (sapaan penuh harapan), sebagai *opening* penyiar menyapa Solo Lovers dengan membacakan pesan yang masuk melalui sms atau *whatsapp* serta *mention twitter* dan *instagram* pada dasarnya

penyiar pada program Sriwedari dipilih dengan kriteria warna vokal yang tidak terlalu lembut karena segmen-segmen Sriwedari mempunyai konten yang *fun*. Pendengar Sriwedari adalah anak muda, maka pada tahap penyiaran ini tutur kata yang digunakan penyiar lebih santai dengan menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa yang diterapkan sehari-hari, terkadang juga mengikuti tren anak muda. Secara keseluruhan segmen Sriwedari setelah segmen pertama *Sarapan yuk* adalah segmen informasi *update* yang dibacakan penyiar menggunakan skrip, maka skrip yang dibuat pun mengikuti tutur kata penyiar Sriwedari yang tidak kaku. Pada pergantian segmen penyiar juga menyampaikan *bridging* terlebih dahulu sebagai perangkai agar terdengar tidak membingungkan.

Pada pelaksanaannya penyiar Sriwedari sudah sesuai dengan tipe program yang dibawakan tidak terlalu serius dan ada sisi kelucuannya, karena *basic* dari salah satu penyiar yaitu Indra adalah seorang komika sehingga sudah menjadi ciri khas dari Sriwedari apabila ada *guyonan* atau *joke-joke* khas dua penyiar tersebut. Namun alangkah lebih baik lagi apabila penyiar Sriwedari sesekali membuka acara dengan menggunakan bahasa modern atau bahasa Inggris sebagai bagian dari edukasi. Karena mengingat segmentasinya anak muda yang berjiwa modern, serta mengingat beberapa informasi artis, musik dan lagu diambil dari mancanegara.

- d. Publisitas (*publicity*) yaitu merupakan ekspos dari program maupun bentuk info promo lainnya.

Pada tahap publisitas ini, program Sriwedari melakukan promo program dengan menggunakan *Radio Expose* (RE). RE ini dibuat dengan bantuan skrip kemudian dilakukan proses perekaman. RE untuk Sriwedari ini berisi keterangan nama program, id's, dan jadwal siarnya. Dalam RE ini terdapat proses kreatifnya dengan memadukan efek musik, suara artis yang direkam dan lain sebagainya. Tetapi RE jarang diputar pada sela-sela program padahal RE merupakan bagian penting untuk mempromosikan program Sriwedari. Ini berguna untuk pendengar baru yang ingin mengikuti siaran Sriwedari.

Berdasarkan penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa dalam membuat perencanaan siaran Sriwedari menggunakan teori dari Howard Gough (dalam Triartanto, 2010:98) didalamnya terdapat pengembangan strategi kreatif untuk merencanakan program. Dengan menggunakan teori ini tim kreatif menentukan penempatan spot yang pas untuk Sriwedari, yang disesuaikan dengan tipe programnya serta konten atau informasi yang akan disampaikan dalam program. Kemudian tim kreatif dituntut untuk bisa mengembangkan konten tersebut dan dituangkan ke dalam segmen-segmen pada program, selanjutnya segmen-segmen tersebut diolah agar menjadi satu kesatuan program yang menarik. Selain menentukan penempatan program yang pas serta mengembangkan konten yang ada, menentukan waktu atau

durasi juga diperlukan untuk menjaga program tetap runtut dan terarah agar pesan yang akan disampaikan bisa tersampaikan dengan efektif. Serta menentukan bagaimana proses penyiaran atau pembawaan penyiar dalam Sriwedari dan melakukan promosi atas programnya.

Terdapat beberapa komponen lain yang dapat menunjang daya tarik isi program. Komponen tersebut antara lain (Triartanto, 2010:58) :

1) *Station call*

Yaitu tanda pengenal sebuah stasiun radio yang berbentuk audio singkat dan menyatakan identitas radio tersebut.

Id's ini berfungsi untuk memberikan tanda kepada pendengar bahwa sedang mendengarkan Solo Radio 92,9 FM yang diputar pada sela-sela program. Di dalam id's ini terdapat nama stasiun, frekuensi dan alamat stasiun. Dalam pembuatan id's ini dikemas dalam bentuk disenandungkan dengan ditambah efek-efek musik secara singkat. Selain sebagai tanda pengenal radio, id's ini juga berfungsi sebagai pembawa misi dari Solo Radio karena tagline yang diusung yaitu *famous, fit and fashionable* sesuai dengan misi Solo Radio sebagai radio anak muda yang mengandung makna ingin terkenal sehat dan bergaya hidup modern. Pada program Sriwedari id's ini diputar sebagai *opening* dan *closing*. Namun, id's ini hanya diputar pada saat *opening* dan *closing*. Padahal Sriwedari mempunyai segmen acara yang variatif, sehingga akan lebih baik jika id's tidak hanya diputar

pada saat membuka acara dan selesai acara. Agar sebagai pengingat bahwa disela-sela pendengar menikmati acara tersebut akan paham apabila acara yang menarik perhatian tersebut adalah milik Solo Radio.

2) *Jingle Program*

Yaitu musik pendek yang membuka sebuah program acara. *Jingle* ini berisi keterangan mengenai tema, isi dan bentuk acara yang disiarkan. *Jingle* yang bagus dapat memberikan gambaran dan ilustrasi dalam benak pendengar. *Jingle* bisa berbentuk monolog maupun dialog yang diselengi musik maupun efek suara lain seperlunya. Namun pada program Sriwedari tidak memiliki *jingle* program sendiri yang menggambarkan tema atau ciri dari program tersebut untuk diputar saat program tersebut *on air*.

3) *Opening Tune*

Yaitu pembuka acara siaran yang berupa musik maupun lagu yang menandakan dimulainya suatu acara. Biasanya dikemas dengan durasi pendek atau seperlunya yang kemudian diikuti suara penyiar yang berbicara sebagai salam pembuka. Pada saat pembuka acara Sriwedari tidak ada *opening tune* melainkan menggunakan *opening* dari id's.

4) *Radio Expose (RE)*

Atau promo program yaitu tanda pengenal berbentuk audio dari suatu acara yang berisi keterangan mengenai nama acara, waktu penyiaran, dan bentuk acara.

Untuk mempromosikan program Sriwedari dibuat RE yang berbentuk audio yang menarik. Pada pembuatan RE ini yang terlibat yaitu *scripwriter* yang bertugas untuk membuat skrip, ide bisa datang juga dari program director atau produser. Setelah *scriptwriter* selesai membuat skrip kemudian bisa langsung dibawa ke tim produksi untuk dilakukan perekaman. RE ini dibuat sekreatif mungkin, pada program Sriwedari pernah meminta skrip dibacakan oleh artis kemudian direkam. Selanjutnya menambahkan efek musik yang dikemas secara singkat dan jelas. Kemudian diputar pada sela-sela program Sriwedari. Namun RE ini jarang diputar, akan lebih baik apabila RE ini bisa sering diputar agar bisa menjadi bentuk promosi dari Sriwedari. Lalu sebaiknya juga menggunakan media lain untuk mempromosikan program Sriwedari bisa melalui media sosial atau majalah dan surat kabar.

5) *Time Signal*

Yaitu penunjuk waktu berupa jam yang berfungsi sebagai pengingat waktu dan ditujukan pada pendengar. Pada program Sriwedari tidak terdapat *time signal*. Ini bisa dijadikan penunjuk waktu untuk pendengar yang sedang mendengarkan radio, biasanya diselipkan pada waktu tertentu disela-sela program.

6) *Insert*

Yaitu paket audio dengan durasi pendek yang berisi kata-kata, musik, serta efek suara lain dan berbentuk informasi penting yang disajikan secara ringkas atau bisa juga berbentuk anekdot.

Berdasarkan penelitian penulis, insert pada program Sriwedari dibuat secara terkonsep dan mempunyai dua versi yang pertama yaitu berupa berita *entertainment* dan olahraga yang disampaikan dengan cara direkam. Antara berita *entertainment* dan olahraga biasanya masing-masing diambil dari tiga berita yang akurat diambil dari situs berita *online* kemudian ditulis ulang oleh *scriptwriter* dengan menggunakan bahasa yang lebih santai. Untuk pemutarannya selalu bergantian dari hari senin sampai jumat. Dikemas dengan singkat dan jelas dengan ditambah efek musik. Insert versi yang kedua yaitu Cuma Canda, insert ini dibuat dengan cara direkam dengan durasi singkat 20 sampai 30 detik. Cuma Canda ini berisi *joke-joke* singkat pengisi suaranya yaitu penyiar Sriwedari Indra Narendra. Keduanya diputar pada sela-sela program Sriwedari. *Insertion* untuk diselipkan pada sela-sela program Sriwedari ini sudah dikelola dengan baik, dengan membuat stok rekaman *insert* untuk meminimalisir kesalahan pada saat siaran entah dari segmennya atau lagu dan komponen lain *insertion* ini dapat diputar untuk mem-*back up* kekurangan tersebut.

7) *Smash Music*

Yaitu potongan musik dengan irama menghentak dan terdengar sekilas, digunakan sebagai penghubung atau aksen dalam suatu

program acara. Pada program Sriwedari tidak terdapat *smash music* untuk menghubungkan program Sriwedari dengan program berikutnya.

8) *Bumper*

Yaitu penanda berupa musik dengan kata-kata dan efek suara tertentu sebagai awal, akhir maupun penyelisip pada suatu program acara. Tetapi program Sriwedari tidak memiliki *bumper* untuk acaranya.

9) Iklan *Spot*

Yaitu suatu pesan promosi berbentuk audio dengan durasi 30 detik atau lebih mengenai produk barang maupun jasa.

Dalam memutar iklan spot di program Sriwedari, sebelumnya mempunyai tahapan yang harus dilakukan. Agar terdengar tidak monoton, iklan spot dikembangkan menjadi iklan yang menarik. Pada tahap ini *scriptwriter* bertugas untuk mengolah iklan yang masuk dan akan diputar pada program Sriwedari. Dengan menuangkan ide-ide yang mendukung agar tidak terdengar klise. *Scriptwriter* biasanya menambahkan dialog dua orang atau tiga orang, dengan membaca skrip yang sudah dibuat lengkap dengan efek suara dan lainnya. Kemudian masuk pada proses produksi. Untuk pemutaran iklan pada sela-sela program Sriwedari sudah dikelola dengan baik, dengan menyiapkan skrip yang bagus dan tidak sekedar promosi barang atau jasa namun lebih dari itu ada proses kreatif didalamnya. Terdapat pengucapan yang sudah diskenariokan, vokal yang dipilih untuk

mengisi suara serta penambahan efek musik atau lagu pada saat proses editing.

Berdasarkan penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa dalam mengembangkan perencanaan siaran Sriwedari terdapat komponen penunjang daya tarik isi program (Triartanto, 2010:158). Namun dari sembilan komponen yang ada hanya empat yang ada pada program Sriwedari yaitu *station call*, *radio expose*, *iklan spot*, dan *insert*. Pada teori ini dalam tolak ukur keberhasilan sebuah radio adalah mempunyai program yang berhasil yang menjadi pilihan para pendengar. Namun untuk menambah kreativitas dalam program maka perlu adanya penunjang isi program seperti komponen-komponen tersebut diatas. Fungsinya sebagai pemberi pesan yang variatif sekaligus sebagai identitas radio di telinga pendengar. Hal ini sesuai dengan pendapat (Triartanto, 2010:158) bahwa radio penyiaran programnya memang tidak melulu terpaku terhadap format program yang disajikan. Artinya, program bukan hanya menyiarkan hal-hal yang berkaitan dengan isi dominan materinya, seperti misalnya suara penyiar membacakan naskah siaran atau saat si penyiar berimprovisasi, lagu yang diputar dan *back sound* yang melatarinya sepanjang durasi acara. Tapi lebih dari itu. Penyiaran program bisa lebih memiliki kedinamisan dan daya tarik program dikarenakan adanya komponen-komponen penunjang isi program.

3. Tipologi Pendengar

Tujuan dari program radio tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya penyiar dan pendengar. Penyiar disini merupakan orang yang sangat penting dalam radio, bisa menjadi icon sebuah program. Sedangkan kehadiran pendengar sama pentingnya agar komunikasi tersebut bisa berjalan dua arah, dari dua hal tersebut akan terjadi suatu interaksi. Jika interaksi ini berjalan dengan baik, dan sesuai dengan kebutuhan antara penyiar dan pendengar, hal tersebut akan berkelanjutan karena pendengar merasakan kedekatan dengan penyiar. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pentingnya mengetahui tipologi pendengar agar media radio dapat menentukan kesesuaian suatu segmentasi dan program acara untuk pendengarnya dengan melalui beberapa tahap yaitu:

a) Berdasarkan Kelas Ekonomi

Berdasarkan data yang didapatkan, pendengar untuk Solo Radio juga pendengar siaran Sriwedari merupakan pendengar pada kelas menengah dan menengah ke bawah. Pada tahap penetapan pendengar dari segi kelas ekonomi sudah tepat karena pengelola radio membuat program sesuai kelas B dan C tersebut. Jika dikaitkan dengan segmen-segmen yang ada pada Sriwedari, kontennya sudah memenuhi seperti pada segmen *good morning solo* yang berisi berita-berita *update* dari lokal kota Solo di sesuaikan dengan pendengar usia 15 sampai 35 tahun.

b) Berdasarkan Kelas Sosial

Pada tahap ini pendengar Solo Radio berada pada kelas sosial menengah ke atas dan menengah ke bawah. Untuk membuat sebuah program dengan konten yang menarik didalamnya disesuaikan dengan latar belakang dari pendengarnya yang menunjukkan usia tersebut. Dengan pendengar pada tipe ini, program Sriwedari sudah tepat dalam menyiarkan informasi termasuk dalam pemilihan iklan yang disesuaikan dengan kebutuhan pendengar. Untuk usia belasan iklan yang masuk dan diputar seperti iklan rekomendasi sekolah, kampus, tempat kursus, sedangkan untuk usia diatas 20 tahun yang cenderung konsumtif iklan yang diputar seputar tempat makan, *sale* baju dan mall yang cenderung konsumtif.

c) Berdasarkan interaksi dan partisipasinya

Pada tahap ini pendengar pada program Sriwedari merupakan pendengar yang aktif. Berdasarkan interaksi yang terjalin pendengar melakukan partisipasi pada program Sriwedari dengan menggunakan media yang disediakan yaitu sms, whatsapp dan media sosial. Banyak dari pendengar yang ikut berpartisipasi seperti mengirim salam kepada sahabat atau kerabat, atau *request song* serta mengikuti kuis yang diberikan pada saat siaran Sriwedari berlangsung. Langkah untuk mengajak pendengar mengirim salam, *request* lagu dan mengikuti kuis sudah tepat dilakukan untuk menjalin interaksi dengan pendengar.

Berdasarkan penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa dalam memahami pendengar sesuai dengan teori tipologi pendengar (Masduki,2004:18). Untuk dapat membuat pendengar betah dengan

program yang disajikan penting tentunya untuk mengetahui kebutuhan pendengar dengan menggunakan analisis pendengarnya seperti apa. Sehingga dalam proses pembuatan program dapat menjadi acuan agar program lebih fokus kepada pendengar yang dituju. Dengan pemahaman tim produksi terhadap latar belakang pendengar akan lebih memudahkan dalam merancang sebuah program. Sehingga program yang disiarkan tidak akan sia-sia.

4. Strategi Kreatif Mempertahankan Pendengar Sriwedari

Ditengah situasi yang semakin kompetitif, sebuah radio memerlukan strategi yang tepat untuk dapat bersaing dengan kompetitor. Upaya untuk dapat menjadi radio yang tetap dinikmati pendengarnya yaitu menyuguhkan program yang menarik dan lain daripada yang lain. Dalam hal ini kepuasan pendengar menjadi perhatian yang lebih, pendengar meluangkan waktu untuk mendengarkan program yang disukai maka para kreator program acara harus selalu memberikan yang terbaik agar dapat dinikmati para pendengarnya. Tentunya dengan memberikan program acara yang variatif dan kreatif. Terkait dengan itu, maka radio perlu dimuati pesan atau informasi, musik dan lainnya yang sudah tersusun rapi pada satu program yang layak dan siap untuk diperdengarkan kepada pendengar radio tersebut.

Dalam menjaga agar pendengar Sriwedari tidak lari ke stasiun radio lain, tim kreatif melakukan pengembangan ide-ide kreatif yang

dituangkan pada program Sriwedari. Di dalam program Sriwedari terdapat segmen harian dan segmen mingguan. Konten yang ada pada segmen tersebut disesuaikan dengan sasaran pendengar pada jam disiarkannya program Sriwedari dari pukul 06.00 sampai pukul 10.00 WIB. Pada jam tersebut pendengar membutuhkan berita-berita *update*, maka program Sriwedari selalu konsisten dalam menyuguhkan informasi *update* dipagi hari yang mengangkat budaya-budaya lokal dan informasi lokal kota Solo lalu dilanjutkan dengan berita atau informasi yang lebih luas lagi. Agar pendengar tidak bosan mendengarkan siaran tersebut, secara keseluruhan segmen yang ada selalu diproduksi yang baru. Elemen strategi kesesuaian (*compability*) program sudah dilakukan dengan tepat untuk program Sriwedari. Dengan membuat program yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari pendengar yang berbeda-beda dalam setiap waktu. Hal ini tercermin pada segmen mingguannya dari hari senin sampai jumat, segmennya selalu berbeda dan disesuaikan dengan tema harinya. Semakin lama waktu pendengar mengikuti program, maka selanjutnya pendengar tidak akan ketinggalan untuk mengikuti program acara tersebut.

Selain dari segi variatifnya segmen-segmen yang ada pada Sriwedari, pembuatan *insertion* juga menjadi salah satu hal yang menarik dan membuat acara semakin variatif. *Insertion* pada program Sriwedari dibuat dalam dua versi yang berbeda untuk mengisi di sela-sela siaran, insert versi yang pertama yaitu berupa berita atau informasi *update* yang dibuat skripnya oleh *scripwriter*, kemudian dilakukan proses perekaman

suara oleh tim produksi. Berita *update* tersebut dibuat dalam dua kategori yaitu *famous update* dan *sport corner*, pemutarannya pun diselang-seling dari hari senin sampai jumat. Kemudian insert versi yang kedua yaitu Cuma Canda yang berisi joke-joke khas yang dibawakan penyiar Sriwedari Indra, yang direkam.

Bersamaan dengan itu diadakan kuis atau *challenge* yang digunakan untuk mengajak atau melibatkan pendengarnya untuk ikut berinteraksi, baik kuis melalui *whatsapp* atau dari media sosial *twitter* dan *instagram* Solo Radio. Ini merupakan salah satu strategi mengontrol arus pendengar (*control of audience flow*) dengan memaksimalkan pendengar yang ada dan meminimalisir pendengar untuk beralih ke stasiun radio lain. Program Sriwedari selalu menghadirkan kuis agar pendengar lebih tertarik untuk terus mengikut serta mengadakan *talkshow* bersama dengan komunitas.

Selanjutnya, penyiar yang ditempatkan pada program Sriwedari merupakan seorang komika asal Solo, yang tentunya familiar untuk pendengar di daerah Solo yang dapat menambah hidup program Sriwedari dan lebih dikenal oleh pendengar. Pemilihan penyiar ini disesuaikan dengan tipe program Sriwedari yang lebih cocok dibawakan oleh penyiar yang ceria. Pemilihan penyiar yang tepat merupakan hal yang penting, penyiar hanya bisa mengandalkan suara dalam menyampaikan informasi. Seorang penyiar harus mampu membangun kedekatan yang baik dengan

pendengar dengan membawakan program tersebut dengan santai dan menempatkan diri sebagai seorang teman layaknya sedang mengobrol.

Menurut hasil penelitian, strategi kreatif yang dijalankan pada program Sriwedari guna mempertahankan loyalitas pendengar sesuai dengan teori (Eastman, 2013:10). Kemudian dilakukan pengembangan dengan cara menjaga ciri khas dari program Sriwedari yaitu memberikan informasi *update* di pagi hari melalui segmen-segmen yang ditentukan pada program tersebut, dengan tema yang berbeda setiap harinya untuk segmen mingguan serta membuat penunjang isi program seperti *insertion famous update*, *sport corner* dan Cuma Canda. Kemudian menempatkan dua penyiar yang cocok pada program Sriwedari yang menonjolkan *joke-joke* khas ala duo penyiar tersebut. Selanjutnya yaitu mengadakan kuis atau *challenge* untuk mengajak pendengar terlibat dalam program, dengan kuis tersebut dapat menarik pendengar baru maupun pendengar lama untuk bergabung. Akan tetapi, pada segmen-segmen yang ada dalam program Sriwedari khususnya informasi yang disampaikan pada segmen harian dan segmen mingguan dibuat serba mendadak sebelum *on air*, walaupun yang diutamakan adalah berita yang *update* tetapi alangkah lebih baiknya apabila skrip berita atau informasi tersebut dibuat sehari sebelum *on air* untuk stok, agar tidak ada kesalahan dalam penyampaian pada saat dibacakan oleh penyiar atau keterlambatan dalam membuat berita.

Hal positifnya dari segmen-segmen pada program Sriwedari ada beberapa yang mengalami perubahan contohnya segmen *Masaseh* diganti dengan segmen *Osaka*, sebuah segmen yang berupa obrolan dari dua penyiar tentang berita yang sedang *happening* yang diobrolkan tanpa skrip, pada segmen tersebut melibatkan pendengar untuk turut berpartisipasi dengan memberikan saran apa yang perlu diobrolkan. Strategi kreatif tersebut dilakukan agar pendengar tidak jenuh, segmen tersebut dapat diganti mengacu pada respon pendengar apabila salah satu segmen mulai ditinggalkan oleh pendengar maka tim kreatif perlu mendaur ulang segmen. Ini dapat dilakukan tiga sampai enam bulan sampai tidak bisa ditentukan.

Nilai penting dari serangkaian proses kreatif yang harus dimunculkan dalam mengelola program radio dapat berdampak baik bagi stasiun radio tersebut. Melalui program-program yang kreatif tersebut dapat membuat pendengar tidak bosan dan setia mendengarkan program itu untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi dan hiburan. Sehingga peran dari pendengar sangatlah penting untuk keberlangsungan stasiun radio itu sendiri, dengan demikian apabila pendengar dari program tersebut banyak maka akan memicu pengiklan untuk bekerjasama dengan radio tersebut. agar pendengar tidak merasa jenuh ketika selingan iklan muncul maka iklan dapat dikelola sekreatif mungkin agar tetap enak didengar. Selain itu bagi stasiun radio sendiri loyalitas dari pendengar sangat dibutuhkan, apabila pendengar tetap stay tune pada radio tersebut

maka dapat dikatakan sebagai lembaga penyiaran yang berhasil karena mampu memberikan apa yang dibutuhkan oleh pendengar.

