

INTERVIEW GUIDE

Judul Penelitian : Strategi *Programming* Unisi FM dalam meningkatkan jumlah pendengar 2014-2015

1. Bagaimana segmentasi pasar yang ingin dituju oleh Unisi? Mengapa?
2. Apa tujuan stasiun radio dalam setiap penyusunan program acara?
3. Bagaimana penjadwalan waktu siaran Unisi?
4. Bagaimana mengatur program demi program termasuk penjadwalannya untuk mendapatkan *image* stasiun radio?
5. Bagaimana jalinan program dan ketentuan penempatannya dalam setiap program yang akan dibuat sampai program yang akan dibuat? Apakah saling berintegrasi?
6. Bagaimana strategi program yang dijalankan Unisi dalam membuat suatu program acara (continue, lentur, rasional)?
7. Bagaimana cara mengemas program siaran Unisi untuk memenuhi kebutuhan pendengar? Mengapa?
8. Bagaimanakah kemampuan (tim, fasilitas dan teknologi) Unisi dalam membuat sebuah program acara, apakah sudah sesuai?
9. Bagaimanakah persaingan dengan media lain sampai sejauh ini dalam hal membuat program acara?

10. Bagaimanakah dengan keberadaan para sponsor acara, apakah mendukung sepenuhnya dengan program acara yang disiarkan?
11. Bagaimana peran para pendengar, broadcaster, pengiklan dan pemerintah dalam perkembangan program siaran radio Unisi?

TRANSKRIP WAWANCARA

Judul Penelitian : Strategi Programming Unisi FM dalam meningkatkan jumlah pendengar 2014-2015

Narasumber : Zam Alfaris, Manajer Radio Unisi FM

Tanggal wawancara : 25 Juni 2015

1. Bagaimana segmentasi pasar yang ingin dituju oleh Unisi? Mengapa?

Untuk segmentasi yang kami inginkan adalah memang sejak tahun 2000 unisi sudah sepakat untuk menyasar anak muda. Cuma anak muda yang kami sasar terutama adalah anak muda yang aktif, intelektual dan haus akan informasi. Kenapa kami memilih segmen tersebut, karena terus terang untuk pasar tersebut banyak diminati oleh pemasang iklan, sangat luas dan cukup mudah untuk digarap, walaupun memang banyak competitor yang akan kami temui. Selain itu pada usia tersebut antara 18-35 adalah usia yang menurut kami aktif-aktifnya untuk mengembangkan diri. Sehingga itu cocok dengan visi misi Unisi.

2. Apa tujuan stasiun radio dalam setiap penyusunan program acara?

Tujuan kami dalam setiap penyusunan program acara jelas untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Seperti acara morning sunrise yang

menjadi salah satu acara unggulan radio Unisi, acara tersebut kami tayangkan mulai dari jam 5 pagi sampai jam 8. kami berpendapat bahwa jam seperti itu adalah waktunya para pendengar kami mulai beraktifitas, sehingga kami memberikan musik yang lebih semangat dan energik. Tujuannya jelas memberikan suntikan semangat kepada pendengar agar lebih semangat dalam memulai aktifitas mereka masing-masing.

3. Bagaimana penjadwalan waktu siaran Unisi?

Untuk penjadwalan sendiri pertama kami melihat di jam berapa aja sih yang masuk kategori prime time. Nah, setelah kami tau di jam tersebut masuk dalam prime time barulah kami menentukan acara yang pas untuk disiarkan apa. Misalnya kami pagi itu mulai jam 5-10 pagi ternyata banyak pendengarnya, maka kami bikin program yang namanya morning sunrise. Dan ternyata tepat, program tersebut menjadi salah satu program unggulan kami. Begitu juga dengan program yang lainnya, kami akan melihat dulu waktu yang tepat dn banyak pendengarnya baru kami akan jadwalkan program yang tepat. Dan setiap program acara akan ada produser yang bertanggung jawab atas program tersebut.

4. Bagaimana mengatur program demi program termasuk penjadwalannya untuk mendapatkan *image* stasiun radio?

Kami melihat segmen dan listenernya dulu seperti apa, misalnya setiap hari kami bikin program yang rohani terus pasti akan menimbulkan kebosanan buat pendengar. Jadi kami akan buat program yang berbeda setiap harinya. Misalnya setiap senin kami akan undang band indi untuk ikut siaran, selasa kami undang komunitas yang ada di jogja untuk berbagi pengalaman, kemudian hari selanjutnya akan ada tema selanjutnya. Enta itu tentang film, atau tema yang sedang hits pada saat itu. Sehingga dengan menggandeng banyak komunitas anak muda tersebut, image yang akan kami dapatkan sesuai dengan image Unisi sebagai radio anak muda.

5. Bagaimana jalinan program dan ketentuan penempatannya dalam setiap program yang akan dibuat sampai program yang akan dibuat? Apakah saling berintegrasi?

Untuk menentukan setiap program pasti kami sudah merencanakan secara matang, baik itu penempatan program ataupun jalinan program dengan yang lainnya. Misalnya senin kami undang band indi, kemudian hari selanjutnya kami bahas tentang film atau komunitas dll. Dengan begitu kami berharap dapat mengurangi kebosanan para pendengar dalam mendengarkan program acara tersebut.

6. Bagaimana strategi program yang dijalankan Unisi dalam membuat suatu program acara (*continue*, lentur, rasional)?

Sejauh ini Unisi selalu melihat pendengar, apakah pendengar masih setia untuk mendengarkan program acara tersebut. Jadi kami tidak langsung mengganti programnya dengan program yang lain jika sudah mulai ditinggalkan oleh pendengarnya gitu tidak, Unisi hanya akan membenahi segmen pendengar dan mengemas program supaya lebih menarik untuk didengarkan lagi. Jadi program acara tetap berjalan, Cuma akan ada pembenahan jika sudah mulai menurun. Makanya akan selalu ada produser yang bertanggung jawab untuk survey pendengar dan kesuksesan program tersebut.

7. Bagaimana cara mengemas program siaran Unisi untuk memenuhi kebutuhan pendengar? Mengapa?

Seperti tadi yang sudah saya jelaskan, jadi kami pasti akan melihat segemannya dulu seperti apa, kegiatan mereka ngapain aja, yang lagi happening apa aja. Jadi kami pasti melihat ke kebutuhan pendengar. biasanya hal tersebut dapat kami ketahui dari driven riset melalui media social kami. Sehingga kami bisa menjalin komunikasi dan mendapatkan respon langsung dari pendengar tentang acara kami, kurangnya dimana dan yang diinginkan seperti apa. Karena dengan

begitu, ketika kami bisa memenuhi kebutuhan pendengar otomatis pendengar akan setia untuk mendengarkan program kami.

8. Bagaimanakah kemampuan (tim, fasilitas dan teknologi) Unisi dalam membuat sebuah program acara, apakah sudah sesuai?

Kalo secara kemampuan kesemuanya sejauh ini sudah sesuai, baik itu tim, fasilitas dan teknologi yang sudah ada. Dan sampai saat ini program acara yang kami buat pun juga berjalan dengan baik.

9. Bagaimanakah persaingan dengan media lain sampai sejauh ini dalam hal membuat program acara?

Persaingannya cukup ketat banget, apalagi dengan Geronimo. Karena pendengarnya mereka sudah mapan dari dulu, nah kami melihat celahnya dari program yang sudah ada di competitor Unisi. Kadang kami mendengarkan radio Jakarta, program seperti apa aja sih yang ada disaana, apa aja yang sudah mereka lakukan. Nah dari situ kami tau program apa yang harus kami buat yang disesuaikan dengan orang jogja. Misalnya kami juga gak mungkin untuk memasukkan panggila ke pendengar dengan sapaan elo gue. Jadi tidak mentah-mentah kita ambil program acaranya cuma tetap kita olah lagi supaya sesuai dengan kultur jogja dan lebih menarik lagi.

10. Bagaimanakah dengan keberadaan para sponsor acara, apakah mendukung sepenuhnya dengan program acara yang disiarkan?

Sejauh ini pihak sponsor pasti sudah memiliki gambaran atau konsep tersendiri, Cuma untuk tugas Unisi adalah mengolahnya kembali supaya acara tersebut dapat berjalan lebih baik lagi. Kami sangat jarang sekali yang mengajukan ke sponsor untuk mendukung program kami, seperti itu ada Cuma sangat jarang sekali. Kebanyakan sponsor sudah punya konsep, dan kami kemas sebaik mungkin sesuai konsep yang diinginkan oleh sponsor.

11. Bagaimana peran para pendengar, broadcaster, pengiklan dan pemerintah dalam perkembangan program siaran radio Unisi?

Semuanya sangat berperan penting buat kesuksesan Unisi sendiri, seperti misal pendengar itu sendiri. Kami tidak akan bisa berjalan tanpa adanya pendengar, istilahnya kami jualan tapi tidak ada pembelinya. Sehingga sangat fatal kalo kami kehilangan peran pendengar, broadcaster, pengiklan dll. Pemerintah juga memiliki peran yang tidak kalah penting, karena pemerintah memiliki tugas sebagai pemberi ijin siaran kami dan juga sebagai pengontrol acara Unisi jika ada yang melenceng.