

# LAMPIRAN

## **Transkrip wawancara dengan Manajer Siaran Unisi Radio**

**Nama: Denta Aditya**

**Jobdesk: Manajer siaran**

### **1. Siapa yang menjadi sasaran audien Unisi radio? Dan bagaimana langkah-langkah Unisi radio menentukan target pendengarnya?**

Segmentasi pendengar kita usia 17-35 tahun mulai dari pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran sampai ibu rumah tangga. Langkah menentukannya dengan survei pendengar gitu sih kira-kira-kira pendengar yang masih mahasiswa berapa persen atau yang pegawai gitu berapa jumlahnya.

### **2. Unisi radio termasuk kategori format radio seperti apa?**

Contemporary Hits Radio kalo kita, muda ke dewasa. Radio di Jogja kita punya tempo yang masih bisa didenger. Jadi kalau Unisi ini formatnya muda dewasa, dia nggak yang gaul-gaul banget tapi juga yang tua banget. Kita ada program tentang desain interior, kesehatan, yang target pendengarnya umum, tua muda tetep bisa dengerin.

**3. Image seperti apa yang ingin dibangun oleh Unisi radio di masyarakat?**

Kita pengen jadi teman di segala suasana dengan menyajikan musik terbaik pilihan Intelektual Muda juga pastinya. Pemutaran lagu kita akhirnya memutar lagu-lagu yang *establish* yang banyak orang kenal. Dengan tagline itu, kita lebih mendekatkan lagi ke pendengar bahwa kalau kamu dengerin Unisi kamu bisa nyanyi, bisa nostalgia. Nggak selalu yang baru itu yang dikenal sama pendengar ternyata kayak misal lagunya Anji-Dia yang udah dua tahun lalu bahkan kita puter sekarangpun orang masih bisa denger dan bisa nyanyi. Kenapa enggak kita muter lagu yang orang udah kenal, jadi orang bisa enjoy juga.

**4. Unisi radio ingin menghadirkan program seperti apa?**

Sebenernya nggak muluk-muluk sih, apapun program yang kita buat harus bisa bermanfaat karena nggak kemudian kita bikin program percuma. Musik pun kita puter musik tapi disela-sela itu kita kasih info, berita. Ketika siaran itu harus ada konten kayak kirim salam, *challenge* dan lain-lain, itu jadi bentuk silaturahmi juga tapi kita harus nyari spiritnya juga nih, kenapa harus kayak gitu. Jadi harapannya kita bikin program yang bisa bermanfaat buat orang lain. Hiburan sih ada juga, becandaan tapi yang kemudian becandaan jorok, yang lepas control, balik lagi ke norma, SOP yang berlaku.

**5. Adakah pembeda materi dari setiap program?**

Tiap program kan kontennya beda-beda, lebih ke pembawaan penyiarinya juga sih. Pembedanya yang membedakan juga lebih ke umur. Kita kan punya segmentasi range umur yang lumayan panjang dari 17-35 tahun. Setiap program siaran kita atur waktunya menyesuaikan kondisi pendengar karena nggak mungkin kita bikin acara khusus *parenting* misal jam 10 malam, kita tau di jam itu ibu-ibu udah pada tidur. Nah sama kayak program *Morning Sunrise*, kita bikin selama empat jam dari jam 6 sampai jam 10 pagi karena kita liat di jam itu cocok dengan keadaan pendengar kita yang pagi hari anak sekolah, mahasiswa, pegawai pada siap-siap memulai aktivitas jadi kita kasih program yang bisa bikin mereka makin semangat. Agak siangan yang dengerin umur 25 keatas makanya lagu yang diputer boleh lagu lagu lama yang pernah hits juga. Jadi pembeda materi dari setiap program adalah dari segi umur, kebutuhan dan aktivitas sehari-hari dari pendengar itu tadi.

**6. Tahapan dalam merencanakan program seperti apa?**

Dari kebutuhan pendengar sih dan setelah kita melihat keadaan, trendnya sekarang kayak gimana, kalau kita bikin program ini apa manfaatnya, baru nanti konten, segmennya ngikutin, gitu.

## **7. Bagaimana strategi *programming* Unisi radio?**

Sebenarnya ada banyak cara sih, yang pertama itu tadi langsung sebar dulu nanti kita cek responnya kayak apa, yang streaming berapa orang di program itu, yang ikutan *challagenya* berapa orang, sms, *whatshapp*, *twitter*. Kalau responnya ngga bagus ntar kita evaluasi lagi oh kenapa yang ini bagus, misal hari Senin kok banyak yang dengerin nah hari Selasa kok engga. Nanti kita rombak lagi, yang hari Selasa harus di tambahin gini gini gini. Atau biasanya bisa juga ngeliat *trend* sekarang, lirik lagu jadi *joke*, eh eh kamu tau Sumiyati nggak? *Sumayati work work work work work*, nah yang kayak-kayak gitu bisa tuh kita bawa di program siaran. Kita juga bikin survei, kita tanya ke pendengar, secara umum aja sih, kamu dengerin radio tu kenapa, sukanya dengerin program yang gimana, itu yang juga jadi salah satu acuan kita. Intinya kita berusaha untuk selalu menghadirkan informasi yang jujur dan nggak memihak.

## **8. Apa saja faktor penghambat dan solusi dari strategi *programming* Unisi radio?**

Kendala yaaa.. Hmm kadang gini, pasar itu ternyata walaupun paling nggak kita punya gambaran tapi nggak kemudian kita bisa tahu pasti. Kita jadi meraba-raba juga, misal program di radio A kok bagus ya kenapa ya. Hambatannya adalah seperti mencari responden, data gitu yang ngebuat program itu dalam tanda kutip valid itu program yang banyak pendengar, program yang layak jual, sambil ngikuti teknologi juga. Balik lagi, era-era

sekarang ini kan banyak lho yang dengerin radio lewat gadget, nggak lewat radio analog kecuali kayak di mobil, selebihnya udah engga, sekarang bisa lewat streaming, *handphone*, itu yang kita harus kejar sih. Teknologi yang terus berkembang ini bukan jadi hambatan tapi lebih ke tantangan ya. Kayak jaman dulu kita belom ada *streaming*, sekarang harus bikin *streaming* mau nggak mau. Sosial media juga sama, awalnya kita yang fokus ke situ, mau nggak mau kita harus ngikutin kebiasaan pendengar. Jadi ketika ada orang yang nyari sosial medinya kita, kita *update* gitu info-info yang mereka butuhin.

**9. Apakah Unisi radio memiliki program unggulan?**

Ada dong, biasanya di jam-jam *prime time* kayak program pagi kita punya *Morning Sunrise*, kalau sore kita punya *Evening Jamz*.

**10. Seberapa kuat peran program unggulan dalam upaya meraih pendengar?**

Karena program unggulan kita ada di jam *prime time* yaitu jam-jam orang mau memulai aktivitas kalau pagi, kalau sore jam-jam santai, relax gitu kan baru balik ngampus, ngantor jadi disitu kita kasih info, tips yang ringan tapi kita kemas asik, kita tambah konten, segmen yang ada tantangan atau pertanyaan seru-seruan bikin pendengar jadi penasaran.

**11. Apakah dalam pembuatan program Unisi radio menciptakan program yang tidak ditemukan di stasiun radio lain?**

Apa yaaa, kurang lebih program yang dimiliki radio-radio tuh mirip-mirip, paling kalau ada yang beda dari radio lain kayak konten, segmennya. Atau program itu kerjasama bareng perusahaan lain.

**12. Bagaimana sistem penempatan program pada suatu waktu?**

Setiap program siaran kita atur waktunya menyesuaikan kondisi pendengar karena ga mungkin kita bikin acara khusus *parenting* misal jam 10 malam, kita tau di jam itu ibu-ibu udah pada tidur. Nah kayak program *Morning Sunrise*, kita bikin selama empat jam dari jam 6 sampai jam 10 pagi karena kita liat di jam itu cocok dengan keadaan pendengar kita yang pagi hari anak sekolah, mahasiswa, pegawai pada siap-siap memulai aktivitas jadi kita kasih program yang bisa bikin mereka makin semangat.

**13. Pernahkah Unisi radio melakukan monitoring ke radio lain?**

Belom sih, kita cukup melihat radio-radio lain kayak gimana, apa yang mungkin bikin program mereka banyak disukai, kita analisis trus kita bikin inovasi yang lain, yang berbeda.

**14. Siapakah kompetitor Unisi radio di wilayah DIY?**

Radio-radio dengan segmentasi anak muda, karena mereka punya produk yang sama kayak kita secara ngga langsung sih. Ya bukan siangan tapi berlomba dengan sehat aja.

**15. Banyaknya radio jaringan dari ibukota yang masuk ke Yogyakarta, yang secara tidak langsung menjadi radio pesaing Unisi radio?**

Otomatis sih, kayak Prambors, I-Radio kan mereka ada di kota-kota lain juga termasuk Jogja. Tapi ya nggak papa, kan segmentasi tiap radio berbeda, gitu. Yang penting kita terus berproses, aktif, ngikutin jaman.

**16. Apakah Unisi radio pernah melakukan kegiatan *off air*?**

Pernah, yaaa cukup sering, kalau ada event-event budaya kayak sekaten gitu kita pasti buka *booth* disana, terus juga di acara yang kita kerjasama bareng perusahaan lain.

**17. Bagaimana Unisi radio melihat *habit* anak muda yang menjadi target pendengarnya?**

Kita survei, kan kita punya penyiar, SDM juga masih muda-muda jadi kita bisa liat dari kebiasaan kita, apa sih yang kita butuhin kalau dengerin radio, oh lagu, oh info *up to date*, *event* atau acara-acara keren.

**18. Bagaimana cara Unisi radio membangun kebiasaan agar pendengar terbiasa untuk mendengarkan Unisi radio?**

Program yang kita buat nggak serta merta langsung tersaji gitu aja yang penting rame, *iso-ngguya ngguyu* tapi di pilih juga kan apakah program ini nyampe nggak sih ke pendengar kita, misal di pagi hari dibutuhkan hal-hal yang bikin semangat ya kita kasih, jadi kalau pendengar merasa apa yang dibutuhkan terpenuhi kan dia seneng jadi dengerin kita lagi.

**19. Durasi penyiar *talk*, musik yang diputar, dan iklan itu seperti apa pembagiannya?**

Penyiar kalau ngomong dibatesin juga sih, kayak misal nggak boleh lebih dari tiga menit ntar kan pendengar bosan juga, intinya informasinya tersampaikan. Kalau lagu, iklan yang pasti lagu kita liat dari temponya nggak asal nyetel, terus juga tahun lagunya *release* itu tahun berapa. Kalau iklan tergantung dari pengiklan ya, kalau banyak yang minta di pasang di *prime time* ya kita atur. Dari penyiar *opening* abis itu ke lagu, abis lagu terus iklan terus lagu lagi baru penyiar masuk lagi, gitu.

**20. Bagaimana Unisi radio mengkoordinir minat dan kesukaan pendengar yang tertuang dalam programnya?**

Kita pilah-pilah ya sekiranya yang bermanfaat, nggak yang asal sesuatu yang lagi hits kita masukin kalau nggak berfaedah ya buat apa

## **Transkrip wawancara dengan Produser program “Morning Sunrise”**

**Nama: Bella Irmenna**

**Jobdesk: Produser**

### **1. Apa tugas utama dari seorang produser?**

Yang pertama nyiapin materi siaran, ngedirect siaran, oke abis ini kita bakal ngomongin apa nih, soalnya kadang penyiar kalau nggak diawasi kebawa suasana ngobrol jadi malah ngalor ngidul.

### **2. Dari manakah materi siaran diperoleh?**

Dari portal berita terpercaya, kita selektif, kayak berita Jogja, oh ada acara *artjog* nih, berita tapi yang sifatnya ringan. Ada dari Tribun, KR, detik.com.

### **3. Kapan materi siaran dibuat dan dipersiapkan?**

Kita biasanya nyiapin materi malam sebelumnya, malah kadang kurang dari sejam acara kita baru siapin. Karena kalau ada info terbaru kayak misal bencana alam kan berarti kita harus langsung *update*.

### **4. Untuk menyiapkan materi siaran adakah standar tertentu?**

Ada dong, nggak boleh sara, nggak yang berbau politik juga, yang *up to date*.

**5. Konten dan segmen yang disajikan Unisi radio pada program “Morning Sunrise” seperti apa?**

Kita punya segmen dari Senin ada *Made In Indonesia*, Selasa kita punya *Becak Jebol*, kalau Rabu ada *Rabu Tantangan*, di hari Kamis ada *Kamis Paling Mana*, dan Jum’at ada *Nyampul Tembang*. Ada juga *Nasi Ati* singkatan dari “Nasehat Atma Tiara”, penyiar program *Morning Sunrise*.

**6. Bagaimana strategi kreatif yang dilakukan program “Morning Sunrise” dalam upaya meraih pendengar ?**

Nah gimana sih cara kita menggaet pendengar itu? Kita punya konten-konten tersendiri dan berbeda. Kita ada segmen macem-macem tiap hari dari Senin sampai Jumat yang kita pilihin disitu info, berita *up to date*. Kita lihat, apa sih yang dibutuhkan segmentasi pendengar kita, dari remaja 17 sampai 30 tahunan itu. Kita ada berita Jogja yang isinya berita tentang misal ada fasilitas baru didaerah Sleman atau mana, trus juga ada showbiz yaitu berita tentang artis atau penyanyi Indonesia bisa mancanegara juga yang lagi *release single* mungkin atau prestasi-prestasi lainnya.

**7. Siapa saja yang terlibat dalam proses pembuatan strategi tersebut?**

Ada manajer siaran, penyiar juga.

**8. Apa yang membedakan program “*Morning Sunrise*” dengan program yang lain?**

Konten, segmennya sih, karakter penyiarinya. Karena *Morning Sunrise* itu program unggulan yang ada di *prime time*, kita berusaha ngemas semenarik mungkin untuk menarik pendengar sama pengiklan juga.

**9. Adakah evaluasi untuk program “*Morning Sunrise*”?**

Ada, jadi kita ada evaluasi tiap bulan, kira-kira gimana pelaksanaan program *Morning Sunrise*, ada kendala apa, konten, segmen berjalan baik nggak. Kalo emang dirasa konten atau segmen disitu udah harus diganti karena mungkin pendengar kurang *interest* ya kita rombak lagi, kita ganti, kita pikirin lagi, bikin inovasi baru biar pendengar suka.

**10. Bagaimana respon pendengar terhadap program “*Morning Sunrise*”?**

So far so good. Kita kan pernah ngilangin segmen ini misal terus kita ganti segmen baru kayak gitu eh ada yang nanya kok ga ada segmen yang dulu lagi padahal kita kan pengennya biar mereka nggak bosan, kita coba beberapa bulan sambil ngeliat respon dari pendengar kita

## **Transkrip wawancara dengan Penyiar program “*Morning Sunrise*”**

**Nama: Atma Mahatma & Maradini Tiara**

**Jobdesk: Penyiar**

### **1. Bagaimana “*Morning Sunrise*” menjadi program unggulan Unisi radio?**

Karena program ini ada di jam *prime time*. Setiap radio kan punya jam *prime time* dan *prime time* radio adalah memang di pagi hari waktu bangun tidur, disaat kita mau beraktivitas menuju ke sekolah, kampus, kantor orang-orang pasti dengerin kita dimobil, karena banyak yang dengerin makanya jd program unggulan.

### **2. Adakah kriteria pemilihan karakter penyiar untuk program “*Morning Sunrise*”?**

Jelas malaikat juga tau hahaha *fun* gitu yah, trus bisa bangkitin mood pagi hari, becandaan tapi tidak terlepas dari informatif juga. Enaknya kan kalau pagi bukan yang menye-menye, tapi yang bikin semangat biar nanti kerjanya bisa maksimal. Dari direksi ngeliat, program *Morning Sunrise* cocoknya dibawain sama karakter penyiar kayak gini nih. Kalau mau di *change* juga gabisa sembarangan, harus ijin dulu, seperti itu.

**3. Bagaimana pembagian jobdesk masing-masing penyiar program “Morning Sunrise”?**

Imbang aja sih, jadi *kudu* tik tok juga, ngebangun kemistri, jangan sampai salah satu terlalu dominan.

**4. Jenis iklan atau RE seperti apa yang disuguhkan dalam program “Morning Sunrise”?**

RE yang berbayar sih yang kita puter di *Morning Sunrise*. Karena pengiklan mau produknya di tayangin di *prime time* jadi kita taruh di pagi sama sore.

**5. Musik genre apa saja yang diputar dalam program “Morning Sunrise”?**

Pop, Top 40, tapi ngga baru semua, kita mix tapi ada batasannya, nggak selalu yang jadul juga. Lagu jadul boleh tapi cuma diputer sekali, itupun yang pernah hits gitu lagunya atau yang lagu jadul tapi udah di *cover*.

**6. Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?**

Yang pertama kita kudu baca dulu beritanya terus kita sampaikan ke pendengar seringan mungkin kayak orang ngobrol aja tapi ada batasan-batasannya juga, *no* sara gitu. Waktu ngobrol kita juga gaboleh terlalu

lama maksimal tiga menit, ngobrol tu ga perlu panjang-panjang tapi ga bermutu, kita harus mikir juga *endingnya* harus kayak gimana nih.

**7. Adakah kiblat yang dijadikan patokan dalam produksi program “Morning Sunrise”?**

Mungkin lebih ke gaya pembawaannya ya itu kita ada radio di Jakarta kayak Prambors, Hard Rock, Gen FM, Trax FM, Delta FM.

**8. Kata-kata atau bahasa seperti apa yang digunakan dalam siaran program “Morning Sunrise”?**

Bahasa sehari-hari, non formal, boleh pake bahasa Jawa juga tapi nggak boleh sering-sering. Terus nggak sara sama saru.

**9. Bagaimana susunan clock format program “Morning Sunrise”?**

Kita kalau bikin susunan itu nggak boleh *njeglek*, lagu yang *ngebeat* kalau mau ke *slow* kita tambahin yang medium dulu gitu gitu deh.

**10. Bagaimana upaya untuk lebih dekat dengan pendengar?**

Kita bikin *challage*, kuis, puterin lagu yang *direquest*, off air, terus aktif di medsos juga.



