

**STRATEGI KREATIF PROGRAM *MORNING SUNRISE* UNISI RADIO  
DALAM UPAYA MERAHAIH PENDENGAR**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar  
Sarjana Strata-1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**NUR ROHMAH DAROJATI  
20140530112**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA  
2018**

**HALAMAN PENGESAHAN NASKAH PUBLIKASI**

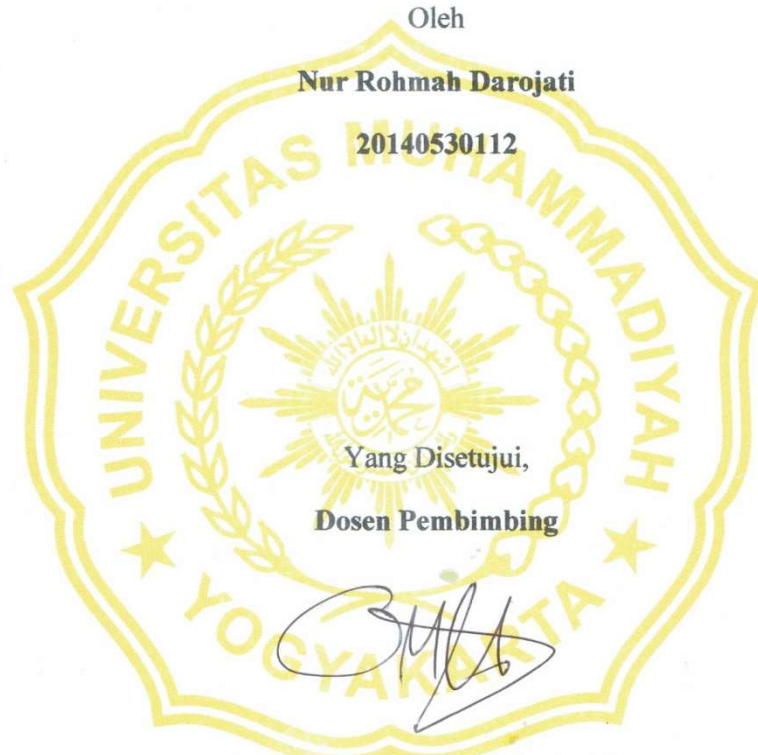
Naskah Publikasi dengan Judul

**STRATEGI KREATIF PROGRAM *MORNING SUNRISE* UNISI RADIO  
DALAM UPAYA MERAH PENDING**

Oleh

**Nur Rohmah Darojati**

**20140530112**



Yang Disetujui,

**Dosen Pembimbing**

**Budi Dwi Arifianto, S.Sn., M.Sn.**

## **Strategi Kreatif Program *Morning Sunrise* Unisi Radio dalam Upaya Meraih Pendengar**

Nur Rohmah Darojati<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Jalan Brawijaya Kasihan Tamantirto Bantul Yogyakarta

Alamat *e-mail*: nur.rohmah.2014@fisipol.umy.ac.id

### **ABSTRACT**

Radio Unisi is one of the commercial radio in Yogyakarta builded 43 years ago by organizing various information, entertainment and music programs by looking at the habits or habits of young people as the target audience. This research basically discusses the strategy of Morning Sunrise Unisi Radio's creative program in an effort to reach listeners. The tight competition in the radio industry makes radio more creative in creating programs to compete with other radios. The theories used for the study at this time are, from planning to the programs carried out by production in attracting the attention of listeners. This research is a qualitative descriptive study using survey data, interviews, and documentation. Meanwhile data analysis techniques include data reduction, data presentation, and conclusion reduction. Based on the results obtained from this study that the Morning Sunrise Unisi Radio program has a creative strategy in the preparation of the program. This program can be enjoyed by Unisi Radio loyal listeners and attract new listeners through content and segments that are arranged every day.

**Keywords: Unisi Radio, Morning Sunrise's creative strategy program, reaches listeners.**

## ABSTRAK

Radio Unisi merupakan salah satu radio komersil di Yogyakarta yang mulai berdiri sejak 43 tahun lalu dengan menyajikan berbagai program informasi, hiburan serta musik dengan melihat *habit* atau kebiasaan anak muda sebagai target pendengarnya. Penelitian ini pada dasarnya membahas mengenai strategi kreatif program *Morning Sunrise* Unisi Radio dalam upaya meraih pendengar. Persaingan industri radio yang begitu ketat menuntut pengelola radio semakin kreatif dalam menciptakan program-program agar mampu bersaing dengan radio lainnya. Teori-teori yang digunakan untuk menganalisis pada penelitian ini yaitu mulai dari perencanaan sampai dengan pelaksanaan program yang dilakukan tim produksi dalam menarik perhatian pendengar. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa program *Morning Sunrise* Unisi Radio memiliki strategi kreatif dalam penyusunan programnya sehingga program tersebut dapat digemari pendengar setia Unisi Radio dan menarik pendengar baru melalui konten dan segmen yang dikemas beragam setiap harinya.

**Kata Kunci :** Unisi Radio, Strategi kreatif program *Morning Sunrise*, meraih pendengar.

## Pendahuluan

Radio adalah salah satu bentuk media massa elektronik yang menjadi saluran komunikasi seperti halnya televisi. Televisi mempunyai sifat audio visual sedangkan radio hanya bersifat audio saja. Namun, radio bersifat fleksibel karena pendengar dapat mendengarkan siaran radio sembari melakukan aktivitas yang mana itulah menjadi salah satu keunggulan dari media radio. Siaran radio yang hanya bisa didengar membuat pendengar berimajinasi dengan membayangkan dan ikut merasakan suasana dari cerita ataupun berita yang disampaikan. Hal tersebut tidak lepas dari peran seorang penyiar radio. Penyiar radio menjadi ujung tombak dari stasiun radio. Kualitas penyiar adalah faktor penentu bagi sebuah stasiun radio karena *image* atau citra sebuah stasiun radio diciptakan dari karakter penyiarinya.

Program siaran radio pun dirancang serta dikemas sedemikian rupa sehingga berbeda dengan yang lain, khususnya program radio pada waktu siaran pagi hari. Pada waktu pagi, banyak orang disibukkan dengan mempersiapkan diri untuk memulai aktivitas. Oleh karena itu, program yang dihadirkan radio pada pagi hari harus mampu mencuri perhatian para pendengar dengan menyuguhkan informasi ringan yang bermanfaat serta alunan musik yang dapat membangkitkan semangat menjalani hari, salah satunya program *Morning Sunrise* Unisi Radio.

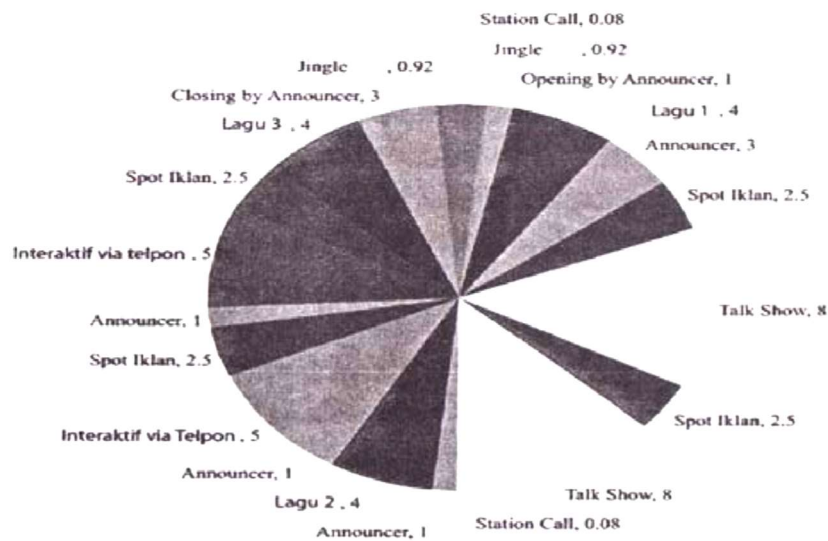
Program siaran *Morning Sunrise* adalah sebuah program acara unggulan yang dimiliki oleh Unisi Radio sejak tahun 2006 dengan format siaran *variety show* yaitu program yang memadukan berbagai format berisikan informasi aktual, dialog interaktif, *tips and trick* yang menarik diselingi dengan musik dan humor. Program ini merupakan program *prime time* yang disiarkan selama 4 jam penuh setiap hari Senin sampai dengan Jumat pada pagi hari mulai pukul 06.00 - 10.00 WIB. Sebuah radio tanpa adanya pendengar tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Keberadaan pendengar sangat berpengaruh dalam keberlangsungan radio, karena semakin banyak pendengar dari suatu radio maka akan semakin menarik pengiklan untuk bekerjasama dengan radio tersebut. Maka dari itu, upaya mempertahankan pendengar menjadi tanggung jawab bersama pengelola radio.

Perkembangan jaman dan teknologi yang semakin maju sekarang ini, semakin dituntut adanya kreativitas bagi pengelola dan manajemen stasiun radio menciptakan program-program dengan nuansa baru baik yang bersifat *on air* maupun *off air* yang mampu untuk menarik pendengar sebanyak-banyaknya (Bakhtiar, 2006). Perencanaan strategis atau *strategic planning* adalah suatu proses pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi dan kebijakan serta penetapan metode yang diperlukan untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah diimplementasikan dengan baik dan sesuai. (Morissan, 2008:136). Menurut Sahana (2014:178) langkah yang harus yang dilakukan dalam penyusunan strategi kreatif program yaitu menentukan radio pesaing, mendengarkan program radio pesaing, menganalisis materi program radio pesaing, menyusun strategi melawan radio pesaing.

Dalam pembuatan suatu program radio, stasiun radio harus melihat dan mengenali bagaimana kebiasaan dari pendengar, apa yang disukai dan yang diinginkan oleh pendengar sesuai dengan konsep *S-T-P-F-P* yang terdiri dari *Segmenting, Targetting, Positioning, Formatting, Programming* sehingga konten yang disajikan selaras dengan karakteristik dari audiens.

Menurut Temmy Lesanpura (dalam A. Lus. Y. Triartanto, 2010) terdapat beberapa unsur dan elemen penting program radio diantaranya tema, nama / judul acara, materi acara, waktu siar, durasi siar, kriteria penyiar, jumlah penyiar, format acara, gaya siaran, teknis siaran, kriteria lagu, jumlah lagu. Penyiaran program bisa lebih memiliki daya tarik dikarenakan adanya komponen-komponen penunjang isi siaran program lain (Triartanto, 2010) meliputi *station call, jingle program, opening tune, radio expose / RE, time signal, smash music, bumper, insertion, iklan spot*.

Suatu program dapat disusun dengan rinci dan terarah karena adanya pedoman siaran yang disebut *format clock*, yaitu pola atau pedoman terhadap isi acara berbentuk diagram yang terdiri dari unsur-unsur isi siaran yang berguna sebagai panduan operasionalisasi siaran bagi penyiar, produser maupun operator siar (Triartanto, 2010). Pembagian waktu tersebut mengacu pada pola perilaku pendengar. Rentang waktu yang didasarkan pada pembagian segmen, durasi waktu dan jam-jam tertentu memudahkan program siaran yang disajikan menjadi tepat sasaran.



Gambar 1

Perencanaan yang baik dapat mengantisipasi kemungkinan terburuk saat siaran berlangsung sehingga tidak mengganggu kualitas acara tersebut (Effendy,1991). Untuk kesempurnaan produksi dan penyajian siaran, ada tiga penggolongan rencana waktu siar yaitu rencana siaran bulanan, mingguan dan harian. Segala bentuk sajian program radio merupakan hasil kerjasama dari tim produksi yang di dalamnya mempunyai peran dan tugasnya masing-masing diantaranya Manajer Siaran, *Program Director*, *Music Director*, *Producer*, *Script Writer*, *Announcer*, *Reporter*.

### Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Objek pada penelitian ini adalah strategi kreatif yang dilakukan pada program Morning Sunrise Unisi Radio dalam upaya meraih pendengar. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun sumber data dan narasumber dalam penelitian ini adalah:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari narasumber. Dalam hal ini adalah pihak Unisi radio khususnya pengelolaan program "*Morning Sunrise*" meliputi manajer siaran, produser, dan penyiar.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari catatan atau dokumen mengenai gambaran umum Unisi Radio berupa arsip, logbook siaran, dan hal lain yang mampu mendukung penelitian ini.

Sementara itu teknik analisis data menggunakan pola umum analisis Miles dan Hubberman yang meliputi reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## **Pembahasan**

Sebagai media komunikasi publik yang dibutuhkan pendengar, selama puluhan tahun Unisi Radio mampu bertahan juga bersaing dengan berbagai kondisi dan selalu melakukan inovasi-inovasi mengikuti jaman yang kian berkembang. Begitu pula dengan program *Morning Sunrise* yang dimiliki Unisi Radio yang hadir menemani pendengarnya di pagi hari dari hari Senin sampai Jumat dengan suguhan konten dan segmen yang beragam tentu tidak lepas dari peran seluruh tim yang bekerjasama sehingga program *Morning Sunrise* menjadi program unggulan dengan grafik pendengar yang terus meningkat setiap bulannya.

### **Strategi Kreatif Program Radio**

Dalam perencanaan program *Morning Sunrise* tim produksi melalui proses yang panjang hingga mendapatkan strategi yang tepat agar program dapat berhasil merebut perhatian dari target pendengar. Menurut Sahana (2014:178) langkah yang harus dilakukan adalah yang pertama dengan menentukan radio. Unisi Radio melakukan penentuan radio pesaing atau kompetitornya terlebih dahulu sebelum merencanakan suatu program. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi perencanaan program yang serupa dan dapat menjadi referensi dalam mengembangkan program siaran. Ketatnya persaingan industri radio menuntut pengelola untuk mengenali dan memahami ekspektasi atau keinginan dari pendengarnya. Dengan mengetahui kompetitor maka akan menumbuhkan semangat tim produksi program untuk lebih serius membuat siaran yang berkualitas. Kompetitor dari Unisi Radio yaitu radio dengan segmentasi pendengar anak muda yang berada di Yogyakarta seperti Swaragama FM, Geronimo FM dan Jiz FM.

Yang kedua adalah mendengarkan radio pesaing. Pada tahap ini tim produksi perlu selain mendengarkan programnya sendiri juga mendengarkan program radio lain dan radio kompetitor. Hal ini dilakukan sebagai evaluasi serta menciptakan terobosan baru untuk kedepannya. Mulai dari pembagian segmen yang tepat dalam satu program, lagu yang diputar, dan beberapa komponen penunjang lain seperti pemutaran iklan, *insertion*, *id's* dan lain sebagainya. Tujuannya agar dapat menghasilkan program yang tersusun baik dan dapat dinikmati oleh pendengar. Bukan untuk menjiplak stasiun radio lain tetapi sebagai bahan pembandingan tanpa mengurangi ciri khas sehingga pendengar akan tetap menanti program yang disiarkan radio tersebut.

Yang ketiga adalah menganalisis materi program stasiun radio pesaing. Tim produksi pada tahap ini dapat mengupas program radio kompetitor dari segi pemutaran musik atau lagu. Dapat pula ditambahkan catatan seperti materi pada radio kompetitor tersebut seperti rangkaian program, gaya siaran, dan lain sebagainya.

Dan yang terakhir adalah Menyusun strategi melawan stasiun radio pesaing. Tim produksi perlu meningkatkan *playlist* yang lebih *update* sehingga radio lain

tidak lebih dulu memutar lagu-lagu yang baru dan menambah konten-konten baru yang lebih kreatif. Empat poin penting dari teori tersebut dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan program agar tim kreatif dalam menghasilkan siaran yang lebih inovatif dan berkualitas.

Selain itu, terdapat unsur-unsur daya tarik yang dibutuhkan dalam pembuatan suatu program agar disukai oleh para pendengar. Menurut Effendy (1991:77), unsur-unsur yang menjadi daya tarik suatu stasiun radio antara lain adalah musik, kata-kata dan efek suara. Pada program *Morning Sunrise*, musik menjadi salah satu kekuatannya. Jenis music yang diputar pada program ini yaitu musik dengan berbagai jenis tempo dengan pembagian 50% *medium beat*, 25% *up beat* dan 25 % *slow beat*. Lagu-lagu Indonesia atau barat yang sedang *hits* dan pernah *hits* dihadirkan pada program ini dengan tujuan mengingatkan kembali lagu-lagu yang pernah menjadi kesukaan para pendengarnya maupun lagu-lagu yang sedang disukai. Kemudian kata-kata yang digunakan penyiar saat membawakan program *Morning Sunrise* sesuai dengan target pendengar dari Unisi Radio yaitu anak muda. Bahasa dalam percakapan penyiar menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dipahami, diselingi dengan bahasa lokal yang kerap kali mengundang gelak tawa bagi yang mendengarnya. Komponen lain seperti *RE*, *iklan spot* dan *insertion* juga dikemas sedemikian rupa, ditambah efek suara yang ekspresif menyesuaikan topik yang sedang dibahas sehingga menimbulkan imajinasi bagi Intelektual Muda.

### **Konsep S-T-P-F-P Sebuah Radio**

Dalam pembuatan suatu program radio, erat kaitannya dengan keselarasan antara konten yang disajikan dengan karakteristik dari target *audiens* yang mencakup *Segmenting*, *Targetting*, *Positioning*, *Formatting* dan *Programming*. Segmentasi program *Morning Sunrise* menyasar usia 17-27 tahun yang aktif, dinamis dan memiliki keingintahuan yang besar dengan klasifikasi pekerjaan yaitu pelajar, mahasiswa dan eksekutif muda.

Untuk *targetting* program *Morning Sunrise* juga menyelaraskan dengan *targetting* dari Unisi Radio. Target pendengar yang dituju menjangkau semua kalangan dengan persentase yang diperoleh berdasarkan survei pendengar.

*Positioning* yang diterapkan pada program *Morning Sunrise* adalah ingin menjadi teman di pagi hari yang dapat memberikan semangat dan energi positif dalam beraktivitas. *Tagline* yang dimiliki oleh Unisi Radio yaitu “Teman Dengan Musik Terbaik”, diharapkan juga berlaku pada program-program yang dimiliki Unisi Radio tidak terkecuali program *Morning Sunrise*.

Tim produksi program *Morning Sunrise* melakukan pemetaan dan survei yang ditujukan kepada pendengar dengan tujuan untuk memperkirakan kondisi target pendengar. Tindakan ini dilakukan agar dapat mengetahui konten, segmen, materi siaran seperti apa yang dibutuhkan oleh pendengar sehingga program tersebut dapat bermanfaat. Selain itu, Unisi Radio juga menentukan kiblat atau patokan dalam produksi program *Morning Sunrise* yaitu program serupa di pagi hari milik radio-radio di Ibu kota seperti Delta FM, Trax FM dan GEN FM.



Bukan tanpa alasan, tujuannya adalah untuk memberikan nilai yang berbeda dan inovasi baru pada program siaran Unisi Radio tidak terkecuali program *Morning Sunrise*.

## **Program Siaran**

Menurut Temmy Lesanpura (dalam A. Lus. Y. Triartanto, 2010) terdapat beberapa unsur dan elemen penting program radio diantaranya tema, nama / judul acara, materi acara, waktu siar, durasi siar, kriteria penyiar, jumlah penyiar, format acara, gaya siaran, teknis siaran, kriteria lagu, jumlah lagu. Dari seluruh unsur tersebut, Unisi Radio mengimplementasikannya dengan sebaik mungkin ke dalam program siaran.

Penyiaran program bisa lebih memiliki daya tarik dikarenakan adanya komponen-komponen penunjang isi siaran program lain (Triartanto, 2010) meliputi *station call, jingle program, opening tune, radio expose / RE, time signal, smash music, bumper, insertion, iklan spot*. Dalam program *Morning Sunrise* terdapat komponen-komponen penunjang isi siaran yang kemudian disusun dengan rinci dan terarah sebagai pedoman siaran yang disebut *format clock*.

Segala bentuk sajian program radio merupakan hasil kerjasama dari tim produksi yang di dalamnya mempunyai peran dan tugasnya masing-masing diantaranya manajer siaran, *Producer, Music Director, Script Writer, Announcer, Reporter* serta staff manajemen Unisi Radio meliputi komisaris, direktur, *marketing, online*, dalam menciptakan *positioning* yang baik untuk program-program di Unisi Radio khususnya program *Morning Sunrise*.

## **Kesimpulan**

Dari uraian penelitian yang telah dipaparkan pada bab tiga, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Tribun Jogja telah memfasilitasi sineas muda Yogyakarta, dengan strategi kreatif program *Morning Sunrise* terletak pada beragam konten dan segmen yang disajikan dengan menarik. Program tersebut dikemas secara ringan, tidak berbau politik sesuai dengan tujuannya yaitu menjadi “teman” di pagi hari dalam memulai aktivitas dengan menghadirkan informasi ringan serta *tips and trick* yang menghibur. Pada jam siaran program *Morning Sunrise* merupakan saat *prime time* yang mana pendengar membutuhkan berita terbaru serta hiburan, maka program *Morning Sunrise* menghadirkan deretan informasi *terupdate* yang terdiri dari berita seputar Yogyakarta dan sekitarnya, berita tentang kampus yang mengadakan *event* maupun meraih prestasi, berita *showbiz* yang membahas mengenai rilis album baru para musisi.

Selain dari segmen-segmen yang terdapat pada program *Morning Sunrise*, pembuatan *insertion* dan *RE* juga menjadi salah satu hal yang menarik dan membuat program *Morning Sunrise* semakin variatif. *Insertion* pada program *Morning Sunrise* diputar diantara lagu satu dengan yang lain yang terdiri dari suatu campaign atau ajakan persuasif kepada pendengar seperti ajakan untuk tidak

menyebarkan ujaran kebencian atau ajakan mendaur ulang sampah bekas menjadi barang yang bernilai. Sedangkan *RE* atau *Radio Expose* yang disebut tanda pengenalan berbentuk audio dari suatu acara pada program *Morning Sunrise* berupa pengenalan Unisi Radio kepada pendengar beserta program-program yang dapat di dengarkan non-stop selama 24 jam penuh.

Bersamaan dengan itu diadakan kuis atau *challenge* yang digunakan untuk mengajak dan melibatkan Intelektual Muda yaitu pendengar Unisi Radio berinteraksi secara langsung, baik melalui *whatsapp* atau dari media sosial *twitter* (@*unisifmyk*) dan *instagram* (@*unisifm*) Unisi Radio. Tema-tema yang dihadirkan pada program *Morning Sunrise* adalah hal-hal yang sedang ramai diperbincangkan sesuai segmentasi target pendengar anak muda yang bersifat aktif, dinamis dan menyenangkan hal-hal baru.

Dalam mengolah konten dan segmen pada program *Morning Sunrise* terdapat tim kreatif yang terdiri dari Manajer Siaran, Produser dan Penyiar yang akan mengolah usulan atau ide dan dibahas dalam rapat mingguan.

Program *Morning Sunrise* dibawakan oleh dua orang penyiar yaitu satu orang penyiar laki-laki dan satu orang penyiar perempuan dengan karakter humoris yang melekat pada keduanya. Dua orang penyiar membawakan program tersebut dengan *fun* menggunakan bahasa Indonesia yang mudah dipahami oleh pendengar.

Dalam tahap pelaksanaan program *Morning Sunrise*, semua ide dan gagasan direalisasikan. Kemudian akan ada evaluasi program yang diagendakan setiap bulannya guna mengetahui apakah strategi kreatif yang disusun sesuai dengan rencana maupun standard yang sudah ditetapkan serta sebagai bahan untuk melakukan inovasi baru.

## Referensi

- Arifin, Eva. 2010. *BROADCASTING to be Broadcaster*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Bakhtiar, Saiful. 2006. *Cara Gampang Jadi Penyiar Radio*. Yogyakarta: Indonesia Cerdas.
- Darmanto, Antonius. 2000. *Teknik Penulisan Program Siaran RRI*. Yogyakarta: Penerbitan Universitas Atma Jaya.
- Effendy, Onong Uchjana. 1991. *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Mandar Maju.
- Hamdi, Asep Saepul & E. Bahruddin. 2014. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Junaedi, Fajar. 2014. *MANAJEMEN MEDIA MASSA Teori, Aplikasi, dan Riset* Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta
- Kasali, Rheinald. 2007. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting dan Positioning*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: LKiS.

- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio (Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar)*. Yogyakarta: LKiS.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran (Strategi Mengelola Radio dan Televisi)*. Jakarta: Kencana (Prenada Media Grup).
- Ningrum, Fatmasari. 2007. *Sukses menjadi penyiar, scriptwriter & reporter radio*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Prayudha, Harley. 2004. *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktik Penyiaran*, Malang: Banyumedia Publishing.
- Sahana, Kecuk. 2014. *Produksi Program Radio*. Yogyakarta : Koperasi Pusdika Akademi Komunikasi Indonesia
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Semiawan, Prof. Dr. Conny. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakter dan Keunggulannya*. Jakarta: GRASINDO.
- Triartano. A Lus. 2010. *Broadcasting Radio Panduan Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Yusuf, A. Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

<http://www.unisifm.com/profile/>