

## BAB III

### SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Sajian Data

Persaingan industri radio dalam upaya meraih pendengar tentu tidaklah mudah. Dari segi demografi, target pasar anak muda khususnya Kota Yogyakarta sendiri cukup mendominasi sehingga dapat dikatakan persaingan ini menjadi sangat ketat. Untuk mendapatkan pendengar saja tidak cukup menjadi tujuan yang diusahakan, tetapi lebih dari itu untuk mempertahankan loyalitas pendengar sebuah radio harus mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh pendengarnya yaitu program berkualitas juga menarik.

Keberhasilan sebuah radio dilihat dari kesuksesan program yang dimiliki. Program kreatif dipandang menjadi syarat untuk memenangkan hati pendengar. Salah satu program Unisi Radio yang berhasil mencuri perhatian Intelektual Muda adalah program *Morning Sunrise*. Program tersebut merupakan program *primetime* yang disiarkan selama empat jam di pagi hari yang menyuguhkan informasi serta tips ringan juga konten-konten variatif yang mampu meraih pendengar dengan grafik yang terus meningkat.

Pada bab ini peneliti menyajikan data yang diperoleh selama melakukan observasi penelitian. Berpedoman pada *interview guide* dan teori yang sudah dipaparkan pada bab sebelumnya, yaitu mengenai strategi kreatif yang diterapkan program *Morning Sunrise* dalam upaya meraih pendengar.

Data dari penelitian ini merupakan hasil wawancara dengan Manajer Siaran Unisi Radio yaitu Denta Aditya, Produser program *Morning Sunrise* Bella Irmena dan Penyiar dari program tersebut Atma Mahatma dan Maradini Tiara. Alasan peneliti dalam memilih narasumber tersebut karena peran yang mereka miliki sangat penting dan mampu memberikan jawaban atas penelitian mengenai strategi kreatif yang diterapkan program *Morning Sunrise* dalam upaya meraih pendengar.

### **1. Perencanaan Strategi Program *Morning Sunrise***

Dalam dunia penyiaran, program yang disajikan berdampak pada minat pendengarnya. Program yang menarik dan sesuai dengan segmentasi dapat efektif dalam upaya meraih pendengar. Hal utama yang harus dilakukan yaitu menentukan segmentasi pendengar untuk mengetahui kelompok pendengar yang dituju oleh program tersebut.

Unisi Radio menentukan segmentasi berdasarkan demografis yang menargetkan pendengar usia antara 17-35 tahun, mulai dari pelajar, mahasiswa, dan umum. Dalam aspek psikografis, pendengar yang ditargetkan menginginkan informasi yang aktual, bersifat dinamis, dan menyukai hiburan. Sedangkan untuk segmentasi geografis, siaran Unisi Radio menjangkau wilayah DIY, Magelang, Purworejo hingga Boyolali.

Dalam proses perencanaan program, Unisi radio ingin menciptakan *image* yang membedakan program yang dimilikinya dengan program stasiun radio lainnya. Dengan melakukan *positioning* kepada pendengar, harapannya pendengar lebih mengetahui dan merasa dekat karena terjadi

interaksi antara penyiar dan pendengar. Selanjutnya stasiun radio dapat membuat format dan isi siaran yang sesuai dengan kebutuhan dari target pendengar.

Setelah menentukan konsep, tahapan selanjutnya adalah menyusun konten-konten yang akan disuguhkan dalam suatu program siaran yang tentunya sejalan dengan visi dan misi dari Unisi Radio. Program *Morning Sunrise* merupakan program unggulan yang dimiliki Unisi Radio yang mengudara dari hari Senin sampai Jumat pukul 06.00-10.00 WIB dengan memberikan informasi terkini seputar berita lokal di Yogyakarta maupun mancanegara dan tips serta fakta unik mengenai kesehatan, fashion, kuliner, dan gaya hidup. Segmen-segmen tersebut dikemas ringan dan beragam setiap harinya. Dalam memproduksi program yang menarik terdapat beberapa tahapan, diantaranya:

#### **a. Pemilihan konten**

Konten-konten yang akan dibawakan pada program *Morning Sunrise* dapat ditentukan setelah memahami format stasiun radio dan kebiasaan dari pendengar yang dituju. Konten yang dipilih merupakan hal-hal yang sedang ramai diperbincangkan pada saat itu, antara lain *event* kebudayaan pasar kangen, festival kesenian FKY, *artjog*, tempat *nongkrong* yang unik, dan sebagainya. Seperti yang diungkapkan Manajer siaran Unisi Radio yaitu Denta Aditya dalam wawancara pada tanggal 30 Mei 2018,

“Unisi Radio berusaha untuk selalu menghadirkan informasi yang jujur, berimbang dan tidak berpihak. Kita melihat *trend* apa sih yang disukai pendengar kita kemudian kita saring, di *godog* barulah kita sampaikan ke pendengar. Kita lempar program dengan konten-konten yang kita sudah siapkan setelah itu bagaimana respon dari pendengar kita, suka atau *nggaknya* mereka bisa di tengok dari grafik berdasarkan riset pendengar. “

Konten yang disusun pada program *Morning Sunrise* tentunya disesuaikan dengan segmentasi dan target pendengar Unisi Radio yaitu pendengar usia 17-27 tahun yang bersifat aktif, dinamis dan menyukai hal baru. Untuk menganalisis *trend* dan kebiasaan dari target pendengar, Unisi Radio membentuk tim kreatif program *Morning Sunrise* yang terdiri dari manajer siaran, produser dan penyiar. Tugas tim kreatif adalah melakukan diskusi setiap minggunya untuk menentukan konten-konten yang menarik untuk disiarkan.

#### **b. Penempatan segmen**

Segmen dalam program *Morning Sunrise* disajikan beragam setiap harinya. Segmen-segmen tersebut dibuat beragam agar pendengar selalu penasaran dan tertarik dengan program yang disajikan Unisi Radio. Produser program *Morning Sunrise*, Bella Irmenna pada wawancara tanggal 27 Juni 2018 mengatakan,

“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*.”

Pada Hari Senin, program *Morning Sunrise* menghadirkan segmen “*Made In Indonesia*” yang berisi berita aktual dari *portal* terpercaya

mengenai kuliner Indonesia, kebudayaan, dan prestasi anak bangsa. Untuk Hari Selasa, segmen “Becak *Jebol*” yaitu singkatan dari *Berita Kocak Jebule Konyol* yang merupakan berita formal yang dikemas dengan senda gurau. Selanjutnya untuk segmen Hari Rabu yaitu “Rabu Tantangan” yang diisi oleh produser atau pendengar yang berpartisipasi memberikan tantangan kepada dua penyiar program *Morning Sunrise*. Pada Hari Kamis, *Morning Sunrise* menyuguhkan segmen “KaPal Mana” yaitu Kamis Paling Mana yang memberikan pilihan sederhana dari dua pilihan kepada pendengar Unisi Radio dan dilakukan pengambilan suara yang selanjutnya akan disampaikan fakta-fakta terkait pilihan-pilihan tersebut. Sedangkan di Hari Jumat disajikan segmen “*Nyampul Tembang*” yang mana di segmen ini penyiar akan menyanyikan lagu yang sudah disiapkan produser dengan lirik lagu yang diubah dalam Bahasa Jawa.

### **c. Penentuan lagu**

Program-program yang diproduksi dan disiarkan oleh Unisi Radio dikonsepsi khusus untuk pendengar dengan rentang usia 17-35 tahun dengan berbagai jenis lagu juga informasi terkini. Unisi Radio ingin membangun citra sebagai radio anak muda yang menyenangkan. Pemilihan musik yang dimainkan menyesuaikan setiap program yang sedang mengudara berdasarkan waktu siar.

Untuk program *Morning Sunrise* konten dan lagu yang dimainkan berdasarkan kebiasaan dari anak muda dengan rentang usia 17-27 tahun.

Format penentuan musik pada program ini menyesuaikan format dasar Unisi Radio dengan pembagian 50% *medium beat*, 25% *up beat* dan 25% *slow beat*. Lagu beraliran *pop* dan *top 40* sangat sering diputarkan pada program ini, seperti lagu milik penyanyi Indonesia Tulus, Afgan, Raisa, Isyana, Band Sheila On 7, RAN, dan lain sebagainya. Lagu *You Are The Reason* milik Colum Scott, Camila Cabello dengan *Havana* dan *Perfect* milik Ed Sheeran turut mewarnai deretan *request* pendengar.

#### d. Penentuan waktu siar

Dalam tahap perencanaan program, mengatur alokasi waktu atau lamanya jam siaran membutuhkan pertimbangan khusus. Dalam wawancara pada tanggal 30 Mei 2018, Denta Aditya selaku Manajer siaran Unisi Radio menjelaskan,

“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 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.”

Sebelum menentukan waktu siar, materi, dan konten penyiaran, Unisi Radio telah melakukan survei dan pemetaan terlebih dahulu untuk mengetahui kondisi demografi pendengar sehingga program yang disuguhkan dapat efektif dan bermanfaat sesuai segmentasi pendengarnya. Tujuan dari penentuan waktu siar adalah untuk menciptakan program yang efektif dan tepat sasaran bagi pendengar di waktu penyiaran

program. Program *Morning Sunrise* mengudara pada pukul 06.00-10.00 WIB untuk menemani Intelektual Muda di pagi hari dengan lagu-lagu dan info ringan yang dapat memberikan energy positif, perasaan bahagia dan semangat dalam menjalankan aktivitas.

#### **e. Pembagian waktu siar**

Program yang siap mengudara disusun terlebih dahulu agar pesan-pesan yang disampaikan dapat dipahami secara efektif. Pembagian waktu siar sebuah program radio biasa disebut dengan *format clock* yang terdiri dari komponen-komponen siaran seperti *station call*, *jingle*, durasi penyiar berbicara, jumlah lagu, iklan, dan *insert* yang kemudian dijadikan panduan oleh penyiar dan laporan kepada mitra kerja.

## **2. Pelaksanaan Strategi Kreatif Program *Morning Sunrise***

Semua ide dan gagasan yang sudah tertuang dalam proses perencanaan program sebelumnya kemudian direalisasikan pada tahap ini, diantaranya:

#### **a. Penyiar program *Morning Sunrise***

Kebutuhan pendengar akan hiburan menjadi salah satu kriteria pemilihan karakter penyiar suatu program. Tidak hanya piawai merangkai kata, seorang penyiar dituntut untuk memiliki wawasan luas dan mampu menciptakan gambar dalam imajinasi atau khayalan pendengar. Setiap penyiar memiliki *air personality* atau ciri khas masing-masing. Kepribadian penyiar radio sangat penting untuk mendapatkan

simpati dan kesan mendalam dari pendengar setianya. Melalui *air personality* penyiar inilah *image* program stasiun radio dibentuk.

Kriteria penyiar pada program *Morning Sunrise* yaitu karakter penyiar yang mampu membangkitkan semangat di pagi hari dengan pembawaan ceria. Oleh karena itu, gaya siaran yang diterapkan dalam program ini menggunakan tutur kata bahasa Indonesia, tidak formal, sesekali menggunakan bahasa lokal dan diselingi canda tawa namun tetap memperhatikan norma yang berlaku.

Hasil wawancara dengan Manajer siaran Unisi Radio, Denta Aditya pada 30 Mei 2018, untuk alasan tersebut maka penyiar yang membawakan program *Morning Sunrise* berjumlah dua orang yang terdiri dari laki-laki dan perempuan yaitu Atma Mahatma dan Maradini Tiara juga ditemani oleh seorang Produser, Bella Irmenna yang bertugas menyiapkan materi dan mengarahkan kegiatan *on air*.



Gambar III.1 Penyiar program *Morning Sunrise* Atma dan Tiara



## **b. Tema yang menarik**

Program *Morning Sunrise* mempunyai sejumlah segmen serta beberapa komponen pendukung isi program termasuk *station id*, *insert*, *RE* dan *iklan spot*. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, tema dari segmen-segmen yang dihadirkan setiap harinya dalam program ini berbeda-beda. Penempatan tema yang beragam adalah sebagai pedoman agar informasi yang akan disampaikan tidak melebar dan tetap fokus pada perencanaan segmen tersebut.

Tema yang dibahas disesuaikan dengan hal-hal yang sedang hangat diperbincangkan pada saat itu melihat dari kultur dan kebiasaan target pendengar Unisi Radio yang tentunya berharap dapat mendorong untuk ikut berpartisipasi dalam program siaran tersebut, diantaranya kebijakan baru pemerintah, ujian sekolah sampai dengan suatu tragedi. Target pendengar dengan usia produktif bersifat aktif dan dinamis serta memiliki rasa keingintahuan yang besar. Penentuan tema biasanya digarap sehari sebelum program disiarkan bahkan beberapa jam menjelang program akan disiarkan. Hal ini dilakukan karena pendengar membutuhkan informasi yang baru, *fresh* juga *up to date*.

Sebagaimana yang di jelaskan Produser Program *Morning Sunrise* yaitu Bella Irmenna dalam wawancara pada tanggal 27 Juni 2018,

“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*.”

Meskipun dalam pemilihan tema segmen tersebut dilakukan dengan cara spontan, akan tetapi tim produksi tetap mengemas program dengan maksimal sehingga menarik untuk didengarkan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Tim produksi berperan penting dalam merancang sebuah program mulai dari melakukan pencarian, penyaringan hingga penyajian data. Masing-masing jabatan dari tim produksi mempunyai tugas yang berbeda sehingga harus saling bekerjasama dan memaksimalkan kinerja guna mencapai tujuan yaitu menjadi program siaran yang disukai oleh pendengar.

Selain tema segmen yang menarik, informasi lain yang menjadi pemanis dalam program *Morning Sunrise* yaitu *insertion*. *Insertion* merupakan berita yang bersifat hiburan seputar film, rilisan lagu, fakta-fakta unik maupun *campaign* tertentu. *Insertion* dihasilkan melalui proses perekaman suara serta penambahan efek dan *background* lainnya untuk menunjang informasi agar terdengar lebih menarik. Pembuatan *insertion* berdurasi pendek lebih kurang 30 sampai 45 detik dan diselipkan pada sela-sela program. *Insertion* terus diperbarui setiap bulannya agar pendengar tidak merasa bosan. Beberapa *insertion* yang disuguhkan program *Morning Sunrise* selama sebulan terakhir antara bulan Mei dan Juni diantaranya *campaign* “daur ulang barang bekasmu”, *campaign* “keren dengan berprestasi”, *campaign* “*stop hate speech*”, *campaign* “berbeda dalam keberagaman” dan *insertion center stage* lagu terbaru garapan musisi Adam Levine yang menginspirasi.

c. Mengadakan *challenge*, kuis, aktif di sosial media dan *off air*

Dalam proses pelaksanaan program *Morning Sunrise*, adanya kuis atau *challenge* menjadi salah satu strategi untuk menarik partisipasi pendengar. *Challenge* tersebut terdapat di beberapa segmen program *Morning Sunrise* yang diadakan melalui media sosial Unisi Radio seperti *whatsapp*, *twitter* dan *instagram*. Sedangkan untuk pengadaan kuis Unisi Radio biasanya bekerjasama dengan mitra kerja dalam berbagai bentuk baik *gift*, *merchandise*, sejumlah uang maupun voucher diskon.

Berikut beberapa contoh kuis yang dibuat Unisi Radio di sosial media *instagram* dengan akun *@unisifm* melibatkan aktor terkenal Iqbal Ramadhan yang menjadi ambassador dari portal belajar Ruang Guru mitra kerja Unisi Radio dan gempita piala dunia 2018 pada Gambar 3.2.



Gambar III.2 Salah satu contoh kuis dan *challenge* di akun media sosial *instagram* Unisi Radio

Keberadaan stasiun-stasiun radio baru menimbulkan persaingan yang kian ketat dalam memperebutkan jumlah pendengar sehingga menarik bagi mitra kerja mengingat keberlangsungan suatu radio bergantung pada pengiklan. Hal ini menuntut pengelola radio untuk bekerja lebih keras mengemas produk radio.

Sebagai sebuah media yang mengedepankan kebutuhan pendengar, Unisi Radio berusaha untuk selalu berbenah diri dengan mengikuti kemajuan jaman dan teknologi, melihat *trend* dan habit anak muda sebagai segmentasinya termasuk mengembangkan media sosial yang Unisi Radio miliki, salah satunya yaitu *instagram*.

Divisi *online* dan *creative content* mengelola dengan baik *instagram* dan setiap akun sosial Unisi radio dengan memberikan informasi atau *postingan* yang matang dan terkonsep sehingga tampak menyenangkan bagi siapapun yang melihatnya. Pada akun *instagram* *@unisifm*, Unisi Radio memberikan info fakta terkait *moment* maupun perayaan yang dikemas menarik seperti *tips* puasa dan mudik lebaran *asik* yang dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar III.3 Salah satu contoh info dan fakta menarik yang terdapat pada akun media sosial *instagram* Unisi Radio

Begitu pula di media sosial *twitter* Unisi Radio dengan akun @unisifmyk, fakta-fakta unik yang menarik untuk diketahui dari berbagai bidang dan sumber terpercaya disuguhkan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan pendengar. Adanya media sosial dimanfaatkan Unisi Radio karena melihat target pendengarnya yang sering menggunakan *gadget* atau *smartphone* dalam mencari informasi yang mana juga menjadi *positioning* dan cukup berdampak bagi perusahaan.



Gambar III.4. *Timeline* akun media sosial *twitter* Unisi Radio.

Berbagai bentuk interaksi Unisi Radio dengan pendengarnya juga dilakukan pada kegiatan *off air* seperti dalam *event* budaya, *event* olah raga, seminar inspiratif baik yang didesain oleh Unisi Radio maupun mitra bisnis. Setiap tahunnya Unisi Radio tidak pernah absen turut serta memeriahkan perayaan Sekaten, acara *kickfest indie clothing expo* juga acara-acara musik yang selalu menarik bagi generasi muda. Hal ini juga menjadi wadah untuk pendengar semakin mengenal dekat Unisi Radio.



Gambar III.5. Kesenangan pada salah satu *event* yang dibuat Unisi Radio bersama mitra kerja.



Gambar III.6. *Booth* Unisi Radio pada perayaan Sekaten di Alun-Alun Utara Yogyakarta.

Unisi Radio juga memiliki perangkat ini sebagai sarana untuk lebih mendukung aktivitas produksinya yaitu *OB Van* atau *Outside Broadcasting Van*. *OB Van* dirancang tidak saja hanya mampu memancarkan siaran luar tetapi cukup representatif dalam membantu mencitrakan identitas radio. *OB Van* Radio Unisi dilengkapi pula perangkat band, genset, sound system, pemancar hingga panggung

seluas 24 meter persegi yang siap digelar untuk beraneka jenis kegiatan karnaval atau *selling product*, jelas manajer siaran Unisi Radio, Denta Aditya dalam wawancara pada 27 Juni 2018.



Gambar III.7. OB Van Unisi Radio.

#### d. Evaluasi Program *Morning Sunrise*

Evaluasi merupakan tahap terakhir dari perencanaan dan pelaksanaan strategi kreatif yang dijalankan program *Morning Sunrise* Unisi Radio. Diadakannya evaluasi program adalah untuk mengukur seberapa jauh rencana serta tujuan yang sudah mampu diwujudkan oleh Unisi Radio dan menjadi bahan untuk memperbaiki kinerja maupun menciptakan inovasi baru yang berbeda agar dapat lebih baik dari sebelumnya. Produser program *Morning Sunrise*, Bella Irmenna dalam wawancara pada tanggal 27 Juni 2018 mengatakan,

“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.”



Berdasarkan hasil wawancara tersebut, setiap harinya produser memberikan catatan khusus mengenai hal apa pun pada saat siaran program *Morning Sunrise* berlangsung kepada manajer siaran yang berguna untuk memudahkan manajer siaran dalam memantau jalannya program. Catatan khusus atau *daily report* digunakan sebagai bahan evaluasi pada saat *meeting* program yang diadakan sekali dalam sebulan sebagai acuan bagaimana konten, segmen dan respon pendengar program *Morning Sunrise*. Selain itu, *daily report* ini dapat dijadikan masukan untuk penyiar saat membawakan program *Morning Sunrise*.

Produser juga memberikan *logbook* atau laporan produksi siaran dari penyiar kepada manajer siaran yang berisikan jumlah lagu, *RE*, *insertion* yang diputar, dan whatsapp yang masuk dari pendengar pada saat siaran program *Morning Sunrise* berlangsung. Evaluasi program menjadi wadah yang memuat apakah pelaksanaan dari strategi kreatif program *Morning Sunrise* apakah sudah berjalan sesuai dengan rencana maupun standard yang sudah ditetapkan. Tanpa adanya evaluasi, program yang berjalan tidak dapat dilihat efektivitasnya.

a. **Segmen pertama program *Morning Sunrise* (06.00-07.00)**

1) ***Info up to date***

Segmen pertama dari program *Morning Sunrise* diawali dengan narasi *opening* dari dua orang penyiar dengan pembawaan yang membangkitkan semangat para pendengarnya di pagi hari, mengajak untuk *request* dan memberikan berbagai informasi menarik yang akan dibahas. Dilanjutkan dengan memutar lagu dua lagu sekaligus dengan tempo *medium beat*, karena pada jam ini umumnya para pendengar baru terbangun dari tidurnya.

Setelah pemutaran dua lagu, penyiar masuk dengan membacakan *request* dari pendengar melalui sosial media Unisi Radio seperti *whatsapp*, *twitter* dan *instagram*. Kemudian memutar lagu yang *direquest* diikuti tiga lagu berikutnya dan diselingi pemutaran *RE* dan iklan promosi kerjasama. *RE* atau tanda pengenal yang diputar meliputi program-program yang dimiliki Unisi Radio. Untuk iklan promosi kerjasama dalam program *Morning Sunrise* berdasarkan permintaan dari pengiklan dan *rate card* yang dipilih. Setelah itu, penyiar masuk dan mulai membahas *info up to date* pada hari itu atau malam sebelumnya. Dilanjutkan dengan memutar empat lagu dan iklan juga *insertion*.

## 2) *Greeting*

Kemudian penyiar masuk kembali mengajak untuk ikut bergabung dan mengucapkan selamat ulang tahun bagi pendengar yang berulang tahun atau *greeting* bagi para pelajar, mahasiswa, pegawai kantor yang sedang bersiap-siap memulai aktivitas dilanjutkan dengan memutar dua buah lagu.

### b. Segmen kedua program *Morning Sunrise (07.00-08.00)*

#### 1) *Campus reporting news*

Di segmen kedua, penyiar mulai mutar lagu dengan tempo *up beat*, dilanjutkan dengan pemutaran *content* tetap yaitu *campus reporting news* yang berisi berita tentang kampus-kampus di Yogyakarta dan sekitarnya diantaranya “Mahasiswa UII Teliti Emas Batangan Jadi Salep Anti Kanker Payudara”, “Mahasiswa STTNas Temukan Alat Pendeteksi Pelanggar Marka Jalan”, “Riset Dikti dan UMY gelar Kontes Robot Tingkat Nasional” dan prestasi-prestasi lainnya. Setelah itu, pemutaran *RE* dan iklan ditambah dua buah lagu.

#### 2) **Segmen khusus setiap harinya**

Kemudian penyiar masuk membawakan segmen khusus yang beragam setiap harinya dilanjutkan dengan pemutaran tiga buah lagu diselingi *insertion* dan *RE*. Penyiar masuk kembali dengan mengajak pendengar untuk mengikuti *challenge* atau tantangan, terkadang juga penyiar melempar pertanyaan mengenai suatu hal yang harapannya dapat menumbuhkan suatu opini atau pandangan yang disalurkan

melalui komentar di akun sosial media Unisi Radio. Setelah itu, pemutaran tiga buah lagu kemudian penyiar masuk membacakan rangkuman informasi ringan hari itu yang bersumber dari situs berita dan koran dilanjutkan pemutaran dua buah lagu dan iklan.

**c. Segmen ketiga program *Morning Sunrise* (08.00-09.00)**

Di segmen ketiga, penyiar masuk membacakan *adlips* iklan seperti produk yang bekerja sama dengan mitra kerja maupun media partner suatu event antara lain *adlips* produk *pop mie*, event parade film MMTC, promo layar bola *traveloka* dan sebagainya, kemudian dilanjutkan memutar tiga buah lagu. Setelah itu penyiar masuk memilah komentar yang diberikan pendengar terhadap pertanyaan yang diberikan disegmen sebelumnya dan membahas mengenai opini-opini tersebut.

Dilanjutkan dengan pemutaran lima lagu sekaligus dengan berbagai tempo diselingi iklan dan *insertion*. Kemudian penyiar masuk kembali membacakan salam dan *request* yang diminta oleh pendengar melalui *whatsapp* dan *twitter Unisi Radio* lalu memutar dua buah lagu.

**d. Segmen keempat program *Morning Sunrise* (09.00-10.00)**

**1) *Showbiz***

Di segmen terakhir, penyiar masuk dengan membahas berita *showbiz* tentang penyanyi maupun artis yang sedang menjadi sorotan karena prestasi maupun pencapaiannya dilanjutkan memutar empat lagu dan RE.

## **2) *Adlips***

Setelah itu penyiar masuk membacakan *adlips* iklan kemudian memutar tiga buah lagu.

## **3) *Nasi Ati***

Kemudian masuk pada segmen “Nasi Ati” atau singkatan dari nasehat Atma dan Tiara selaku penyiar program *Morning Sunrise*. Kedua penyiar akan membagikan tips-tips mengenai kesehatan, fashion, keuangan sampai gaya hidup antara lain tips mengatasi tersedak duri ikan, tips dalam membedakan dompet maupun tas berbahan kulit asli atau palsu (*genuine leather*), tips agar ruangan tidak panas tanpa AC/*air conditioner* dan sebagainya, setelah itu kembali memutar dua buah lagu sebelum closing acara.

## **B. Analisis Data**

Unisi Radio 104,5 FM merupakan salah satu radio swasta yang cukup memberikan pengaruh pada dunia penyiaran radio khususnya daerah Yogyakarta dan sekitarnya. Tantangan kedepan radio bukan hanya “media hiburan dan informasi” namun radio mampu menjadi “*media activation*”. Karena itulah, Unisi Radio memiliki tujuan membangun “*Intelektual Muda*” dan mencanangkan sebagai “*radio of future trend is emerging*”. Lebih kurang 43 tahun menyuguhkan program siaran yang mampu menarik perhatian para pendengarnya dengan informasi yang *up to date* dan dikemas *fun*, ditambah segala hal termasuk deretan musik terbaik pilihan, menjadikan Unisi Radio “teman” di berbagai suasana.

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. Seorang pendengar memilih mendengarkan radio memiliki berbagai macam alasan antara lain karena menyukai programnya dan dirasa program tersebut dapat memberikan pengaruh dalam hidupnya. 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 cenderung terus meningkat setiap bulannya.

## **1. Strategi Kreatif Program Radio**

Dunia penyiaran radio merupakan dunia kreatif. Untuk itu tim produksi harus bekerjasama dalam menghadirkan edukasi dan hiburan yang menarik sekaligus bermanfaat bagi masyarakat. 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 :

### **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 hasil penelitian, 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.

**b. Mendengarkan program stasiun radio pesaing**

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

**c. Menganalisis materi program stasiun radio pesaing**

Membuat mencatat secara detail apa yang dilakukan setiap program acara yang disiarkan oleh 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.



#### **d. Menyusun strategi melawan stasiun radio pesaing**

Data yang terkumpul selanjutnya dipetakan berdasarkan acara-acara yang menarik kemudian membuat kolom-kolom untuk mencatat temuan. Tim produksi program Morning Sunrise perlu meningkatkan *playlist* untuk lebih *update* sehingga radio lain tidak lebih dulu memutar lagu-lagu yang baru dan menambah konten-konten baru yang lebih kreatif.

Berdasarkan penelitian penulis, dapat disimpulkan bahwa langkah-langkah tersebut sesuai dengan teori (Sahana, 2014:178). 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 diputarkan 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.

Dalam upaya meraih pendengar program *Morning Sunrise* tidak mengganti saluran ke radio lain, tim kreatif melakukan pengembangan ide-ide yang dituangkan melalui konten dan segmen. Secara keseluruhan konten dan segmen yang terdapat pada program *Morning Sunrise* selalu diperbarui untuk dapat berinovasi, menciptakan hal-hal baru yang lain dari pada yang lain. Hal ini tercermin dalam segmen khusus setiap harinya mulai dari Senin sampai Jumat juga konten-konten yang bervariasi. Konten yang disuguhkan pada segmen-segmen tersebut disesuaikan dengan sasaran pendengar pada jam disiarkannya program *Morning Sunrise* pukul 06.00 sampai pukul 10.00 WIB.

## 2. 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*. Dengan mengacu pada format Unisi Radio maka segmentasi yang diterapkan pada program *Morning Sunrise* menyesuaikan segmentasi dari Unisi Radio. Seperti yang sudah diuraikan pada BAB II, bahwa segmentasi Unisi Radio menasar 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. Hasil dari survei pendengar akan menentukan konten dan segmen apa saja yang baik untuk disajikan sehingga dapat menghasilkan manfaat.

*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*.

Sedangkan format yang dipilih Unisi Radio yaitu *Contemporary Hit Radio* (CHR) atau *Top 40* yang berisi lagu-lagu terkini dan tips yang juga menjadi format dari program *Morning Sunrise*. Program ini berjenis *variety show* yang menghadirkan segmen berupa tips dan trik, kuis, *request* lagu, info aktual, gosip, dan lain-lain.

Setelah menentukan *formatting* maka selanjutnya adalah *programming*. 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*.

### 3. Program Siaran

Perencanaan program *Morning Sunrise* mengacu pada format siaran Unisi Radio. Menurut Temmy Lesanpura dalam A. Lus. Y. Triartanto (2010:113) terdapat beberapa unsur dan elemen penting program radio, yaitu:

- a. Tema acara
- b. Nama / judul acara
- c. Materi acara
- d. Waktu siar
- e. Durasi siar
- f. Kriteria penyiar
- g. Jumlah penyiar
- h. Format acara
- i. Gaya siaran
- j. Teknis siaran
- k. Kriteria lagu
- l. Jumlah lagu.

Dari keseluruhan unsur dan elemen diatas keseluruhan diterapkan pada program *Morning Sunrise* Unisi Radio. Dimulai dari tema acara program *Morning Sunrise* yang beragam setiap harinya. Dikarenakan program ini menyasar target pendengar usia 17-35 tahun, maka tema yang dibahas yaitu hal-hal *up to date* yang hangat diperbincangkan pada saat itu,

melihat dari kebiasaan anak muda yang dinamis, menyukai hal-hal baru dan *open minded*.

Untuk nama acara atau judul acara dari program *Morning Sunrise* diambil dari bahasa Inggris yang memiliki arti terbitnya matahari di pagi hari. Harapannya program *Morning Sunrise* dapat memberikan energi positif dan semangat untuk memulai hari yang baru. Salah satu alasan nama acara menggunakan bahasa Inggris karena target pendengar Unisi Radio memiliki jenjang pendidikan yang cukup baik dan juga merupakan positioning bahwa image yang dibentuk dalam benak pendengar Unisi Radio menyajikan program berkualitas dan bermanfaat.

Materi pada konten-konten yang disajikan dalam program *Morning Sunrise* disesuaikan dengan waktu siar yaitu di pagi hari banyak orang yang disibukkan dengan menyiapkan diri menjalani aktivitas, maka materi yang disuguhkan pada program ini berisi informasi ringan seperti fakta unik serta *tips and trick*. Dengan durasi empat jam non-stop, program *Morning Sunrise* mampu memenuhi kebutuhan target pendengarnya dilihat dari tabel jumlah pendengar yang cenderung meningkat setiap bulannya.

Pembawaan penyiar pada program *Morning Sunrise* tidak kaku dan tentunya dapat membangkitkan semangat di pagi hari dengan sifat *humble* dan selera humor yang tinggi juga menjadi kriteria penyiar pada program ini. Penyiar pada program *Morning Sunrise* dipilih dengan kriteria warna vokal yang tidak terlalu lembut karena waktu siar pagi hari dan konten serta segmen yang dihadirkan adalah bertujuan menciptakan suasana pagi yang

ceria. Program *Morning Sunrise* memiliki dua orang penyiar, laki-laki dan perempuan yang menemani dengan obrolan-obrolan santai dan tidak terpaku pada *script* karena akan berdampak pada intonasi maupun artikulasi yang dihasilkan menjadi kaku dan membuat pendengar merasa kurang nyaman.

Selain pembawaan yang menyenangkan dari penyiar, mempunyai konten yang fun. Program *Morning Sunrise* juga dirancang dengan rangkaian konten dan segmen yang menarik agar pendengar tidak merasa jenuh hingga mengganti saluran ke radio lain. Musik-musik yang disuguhkan pada program *Morning Sunrise* juga menyesuaikan format Unisi Radio dan kebutuhan pendengar. Tidak hanya deretan lagu terbaru saja yang diputar pada program ini, tetapi lagu-lagu yang pernah *hits* pada masanya juga turut melengkapi.

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. *Station call* ini berfungsi untuk memberikan tanda kepada pendengar bahwa sedang mendengarkan Unisi Radio yang diputar pada sela-sela program. Di dalam *id's* ini terdapat nama stasiun, frekuensi dan alamat stasiun. Unisi Radio memiliki *station call* yang berdurasi lebih kurang 15-20 detik yang biasa diputar diantara lagu pada suatu program siaran.

## **2) *Jingle Program***

Yaitu musik pendek yang membuka sebuah program acara. *Jingle* 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. *Jingle* program *Morning Sunrise* biasa diputar di awal saat membuka program saja.

## **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 membuka program *Morning Sunrise* terdapat *opening tune* yang berdurasi lebih kurang 10-15 detik.

## **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. *RE* ini dibuat sekreatif mungkin dengan ditambah efek musik yang dikemas secara singkat dan jelas kemudian diputar pada segmen tertentu di sela-sela program *Morning Sunrise*.

## **5) *Time Signal***

Yaitu penunjuk waktu berupa jam yang berfungsi sebagai pengingat waktu dan ditujukan pada pendengar yang diselipkan pada waktu tertentu disela-sela program. Pada program *Morning Sunrise* terdapat *time signal*



yang dijadikan penunjuk waktu untuk pendengar Unisi Radio yang sedang mendengarkan program *Morning Sunrise*.

#### **6) *Smash Music***

Yaitu potongan musik dengan irama menghentak dan terdengar sekilas, digunakan sebagai penghubung atau aksan dalam suatu program acara. *Smash music* pada program *Morning Sunrise* terdapat beberapa macam yang dibuat bervariasi agar pendengar tidak merasa bosan.

#### **7) *Bumper***

Yaitu penanda berupa musik dengan kata-kata dan efek suara tertentu sebagai awal, akhir maupun penyelisip pada suatu program acara. Pada program *Morning Sunrise* terdapat *bumper in* maupun *bumper out* pada awal maupun pada akhir program.

#### **8) *Insertion***

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 hasil penelitian, *insertion* pada program *Morning Sunrise* dibuat secara terkonsep dan mempunyai beberapa versi yang disampaikan dengan cara direkam dengan durasi 30-45 detik.

#### **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 *Morning Sunrise* terdapat beberapa tahapan yang harus

dilakukan. Agar terdengar tidak monoton, *iklan spot* dikembangkan menjadi iklan yang *ear catching*. *Script writer* dan tim produksi mengolah terlebih dahulu konsep seperti apa yang akan dibuat, ditambah efek dan lagu sehingga mendapatkan hasil yang sesuai dengan target dari produk tersebut. Untuk pemutaran *iklan spot* pada sela-sela program *Morning Sunrise* dikelola dengan baik, dengan menyiapkan *script* yang matang dan tidak hanya sekedar menawarkan barang atau jasa namun lebih dari itu terdapat ketertarikan dari pelafalan teks yang sudah diskenariokan, vokal yang dipilih untuk mengisi suara serta suasana yang dibentuk dapat memberikan kesan bagi pendengar.

Program yang kreatif membuat pendengar tidak cepat bosan dan akan setia mendengarkan program tersebut untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi dan hiburan. Sehingga peran dari pendengar sangatlah penting untuk keberlangsungan stasiun radio itu sendiri. Dengan demikian, apabila pendengar dari suatu program banyak, maka pengiklan akan tertarik untuk bekerjasama dengan radio tersebut.

Keberhasilan program siaran radio diantaranya adalah penyusunan materi dan komponen-komponen siaran itu sendiri yang diatur secara rinci dan terarah agar isi siaran dapat dipahami oleh pendengar yang disebut *format clock*. *Format clock* berguna panduan operasionalisasi siaran bagi penyiar maupun produser. Program Morning Sunrise menggunakan *format clock* dalam produksinya. *Format clock* program Morning Sunrise terdiri dari berapa detik waktu yang dibutuhkan untuk *opening*, kemudian lagu

yang diputar, diselingi *RE, insertion, station call* dan komponen-komponen penunjang isi program yang lain.

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*.