

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Minat masyarakat tentang dunia hiburan semakin meningkat terutama di dunia musik. Bisaanya masyarakat dapat mengurangi stress akibat aktivitas yang dilakukannya dengan cara mendengarkan musik. Bahkan sekarang ini sudah banyak media elektronik yang dapat digunakan untuk mendengarkan musik seperti CD Player, MP3 Player, Ipod, dan sebagainya.

Pada saat ini musik sudah sangat berkembang dan banyak sekali diminati terutama di kalangan remaja. Sebagian besar band yang berkembang di Indonesia sudah mempunyai nama dengan bantuan produser rekaman dan perusahaan rekaman. Namun, sekarang ini juga semakin banyak band-band di Indonesia yang menunjukkan kreativitasnya sendiri seperti misalnya band-band indie, dimana band-band tersebut tidak mempunyai produser rekaman maupun perusahaan rekaman alias *independent*.

Kehadiran band indie membuat industri musik di Indonesia semakin bervariasi. Istilah indie atau *independent* lahir dari perbedaan proses kreatif serta cara pendistribusian hasil karya dalam bermusik. Biasanya pembuatan

album seorang penyanyi dimulai dengan penyerahan demo lagu ke perusahaan rekaman besar (*Major Label*) misalnya Sony BMG, EMI, Warner, Musika dan lain-lain. Perusahaan rekaman suka atau tertarik dengan hasil karya penyanyi, rekaman baru bisa dimulai. Meskipun begitu, saat pembuatan album terdapat campur tangan perusahaan rekaman dalam proses kreatif misalnya pemilihan lagu, gaya berpakaian penyanyi sampai menentukan jenis musik “yang lebih menjual”. Setelah album selesai, pihak perusahaan rekaman beretugas mendistribusikan dan mengatur promosi album.

Walaupun industri musik sudah banyak di Indonesia ini, akan tetapi tidak sedikit anak band indie yang kesulitan untuk bisa tembus ke industri musik. Walaupun terkadang anak band indie bisa dibilang elit dan mempunyai banyak materi, akan tetapi keberuntungan pula harus memihak.

Lain halnya dengan band indie, band indie menghasilkan karyanya sendiri tanpa campur tangan dan tidak tergantung kepada pihak lain. Band indie merekam dan menjual albumnya sendiri serta mengatur jadwal promosinya sendiri. Sebenarnya sejak tahun 1960-an sudah banyak band-band yang merilis albumnya dengan *Independent Label* (Indie Label), tetapi yang pertama kali menarik perhatian orang dengan rilisan indie di Indonesia adalah Pas Band (1994), Puppen (1995), dan Pure Saturday (1995).

Kesuksesan ketiga band ini membuat band band lain mulai berani untuk

merekam lagu sekaligus untuk memasarkannya. Sukses tidaknya band-band dalam merilis album dengan indie label dilihat dari penjualan album band tersebut sehingga dapat menutupi semua biaya baik biaya produksi maupun biaya pemasaran album tersebut.

Kesulitan yang dihadapi oleh band indie di Banten adalah mempromosikan band mereka atau kurangnya wadah untuk menyalurkan hobi dan kreativitas mereka, hal tersebut dikarenakan masyarakat Banten kurang memberi dukungan akan eksistensi band indie di Banten. Sehingga band indie kurang begitu dikenal oleh masyarakat Banten. Band-band indie di Banten sebagian besar lebih memprioritaskan untuk masuk ke industri musik padahal hal tersebut belum tentu dapat menjamin keberhasilan dalam mempopulerkan band mereka.

Salah satu tempat yang bisa digunakan band indie untuk mempromosikan albumnya adalah melalui media massa, dalam hal ini dikhususkan kepada media elektronik yaitu radio. Radio adalah media elektronik yang praktis. Fungsi radio itu sendiri sebagai komunikasi massa adalah menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*) dan mempengaruhi (*to influence*) (Uchjana, 2005:31). Dan tidak dapat disangkal, meski perkembangan televisi dan kehadiran media lain seperti internet menyita perhatian *audience*, keberadaan radio sebagai salah satu media massa di Indonesia masih

diperhitungkan. Secara kualitas dan kuantitas, radio siaran di Indonesia terus berkembang.

Berkaitan dengan fungsi-fungsi diatas, radio Serang FM sebagai salah satu radio siaran swasta di kawasan Banten, tepatnya di kota Serang, memproduksi sejumlah acara yang tujuannya untuk mempengaruhi *audience* (pendengar). Salah satu acara yang dikemas untuk tujuan tersebut adalah Kasemen (Kreasi Seni Musik Anak Band). Acara ini ditujukan untuk memperkenalkan band-band indie di kawasan Banten dan sekitarnya. Tentu saja dengan harapan, melalui program acara tersebut, *audience* bisa mengenal band-band indie yang ada di Banten.

Program acara Kasemen di radio Serang FM ini sangat berperan penting dalam memfasilitasi kreatifitas band-band indie di Banten dalam hal ini untuk mempopulerkan band-band indie yang ada di Banten. *Program Director* dalam program acara Kasemen di radio Serang FM mempunyai peran penting dalam membantu mempopulerkan dan mengemas acara tersebut, baik dalam mempopulerkan band-band indie banten dan juga dalam program acara di radio Serang FM.

Dalam acara Kasemen, band indie bisa berpromosi sekaligus dipromosikan oleh penyiar acara Kasemen. Bentuk promosi band indie yang dilakukan adalah dengan meniadakan profil band indie, memutar lagu

mengadakan kuis dengan pertanyaan seputar profil dan lagu band indie, dan menampilkan *live acoustic* band indie.

Program acara yang ada di radio Serang FM di Banten yang digunakan untuk mempromosikan band-band indie dalam bentuk *talk show* sehingga pendengar dapat melakukan perbincangan atau obrolan antara penyiar, band indie dengan pendengar radio Serang FM yang ikut terlibat langsung melalui *interactive* kepada band indie yang sedang diwawancarai melalui sms dan telepon. Sebelum *talk show*, band tersebut diwajibkan untuk membuat *jingle* Serang FM yang telah dibuat oleh *team* Serang FM dan berdurasi 1 menit, hal ini dilakukan untuk menyeragamkan band-band indie yang sudah dan *jingle* tersebut digabungkan sebelum lagu diputar. Jadi ketika lagu band indie tersebut akan diputar, pendengar mendengarkan *jingle* mereka terlebih dahulu dan diakhir *jingle* ada ucapan “*hai kami dari.....*”. Tujuannya adalah pendengar mengetahui bahwa lagu yang akan di putar ini dari band tersebut.

Peran *Program Director* radio dalam program acara Kasemen di radio Serang FM ini bertanggung jawab penuh dalam mengelola program acara siaran dan mengatur waktu siaran, mengarahkan gaya siaran penyiar, mengundang band-band indie Banten yang akan hadir menjadi bintang tamu. *Program Director* radio Serang FM juga mengawasi jalannya

untuk *talkshow* antara penyiar dengan narasumber atau bintang tamu dalam hal ini adalah anak band indie Banten yang sudah terpilih dan layak untuk dijadikan sebagai narasumber. Kemudian band yang menjadi narasumber atau bintang tamu ini akan dipromosikan melalui suatu program acara di radio Serang FM.

Setelah persyaratan dibuat, produser radio melakukan penjadwalan untuk melakukan *talk show* kepada band yang telah siap. *Talk show* tersebut berisi tentang profil band, pemutaran lagu band yang sedang wawancara. Kuis yang berhadiah CD dan *marchandise* yang telah dipersiapkan oleh band yang sedang diwawancarai. Lalu di sesi terakhir adalah akustik, band yang sedang diwawancarai menyanyikan lagu hits mereka. Acara Kasemen disajikan setiap hari Sabtu seminggu sekali selama 1 jam, mulai dari jam 20.00-21.00 WIB.

Kasemen dapat membuat band indie di Banten sangat berguna untuk dapat membuat karya musik mereka dihargai oleh masyarakat pada umumnya, pendengar radio Serang FM pada khususnya. Sehubungan dengan itu pula, penulis tertarik akan melakukan penelitian “Bagaimana Peran *Program Director* Dalam Program Acara Kasemen Radio Serang FM Dalam Mempopulerkan Band-Band Indie Banten”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana peran *Program Director* dalam program acara Kasemen di radio Serang FM dalam mempopulerkan band-band Indie musik di Banten ?
2. Apa faktor pendukung *Program Director* dalam menjalankan peran dalam program acara Kasemen di radio Serang FM dalam mempopulerkan band-band indie musik di Banten ?
3. Apa kendala dan hambatan *Program Director* dalam menjalankan peran dalam program acara Kasemen di radio Serang FM dalam mempopulerkan band-band Indie musik di Banten ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Bagaimana Peran *Program Director* dalam program Acara Kasemen Radio Serang FM Dalam Mempopulerkan Band-Band Indie Banten.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat *Program Director* dalam menjalankan peran dalam program acara Kasemen di radio Serang FM dalam mempopulerkan band-band Indie musik di Banten

3. Untuk mengetahui kendala dan hambatan *Program Director* dalam menjalankan peran dalam program acara Kasemen di radio Serang FM dalam mempopulerkan band-band Indie musik di Banten.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis.

1. Secara Teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu serta pengetahuan dalam bidang radio khususnya peran *Program Director* dalam mempopulerkan band indie Banten.
2. Secara Praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan :
 - a. Bagi Radio Serang FM, diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi kinerja *Program Director*, serta bisa menjadi masukan dan saran berkaitan dengan evaluasi kerja *Program Director*.
 - b. Bagi Peneliti, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan akademik tentang bagaimana peran *Program Director* dalam mempopulerkan band indie Banten dalam program acara Kasemen

E. Kerangka Teori

1. Program Acara Radio

Dalam sebuah radio, program acara merupakan hal yang terpenting dalam pembentukan citra atau *station image*. Program acara merupakan faktor paling penting dalam menentukan kesuksesan suatu radio. Program yang baik dan menarik akan mendatangkan banyak pendengar. Hal ini tidak lepas dari peran tim kreatif dalam menciptakan program acara yang dibutuhkan oleh *audience*. Sedangkan yang dimaksud dengan program siaran adalah komposisi acara siaran mulai dari *tune in* (pembuka) sampai dengan *tune out* (penutup).

Program radio ideal adalah program radio yang harus memperhatikan segmentasi, *targeting*, *positioning*, *formatting* dan *programming* ketika di berikan kepada khalayak pendengar (Kasali, 1999:547)

Untuk membuat program acara radio yang baik, selain dibutuhkan *crew* siaran yang profesional (produser, penyiar, musik *director*, *script writer*, produksi), dibutuhkan juga elemen-elemen pendukung yang akan membuat program acara menjadi lebih hidup. Sebelum dimasukkan dalam penyusunan program acara dan siap untuk disiarkan ada beberapa elemen/pendukung acara yang harus disiapkan

Program acara radio adalah susunan-susunan acara yang terdapat dalam suatu radio. (Effendy, 1990:5). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, secara sederhana yaitu program diartikan sebagai susunan acara yang disajikan dalam bentuk siaran, pagelaran dan sebagainya (2000 :1085)

Program siaran yang dibuat oleh radio siaran haruslah sesuai dengan apa yang disukai oleh para pendengar, dan bisa menawarkan program-program yang menggambarkan dengan visi misi radio tersebut. Hal yang paling penting adalah dalam setiap program acara harus memiliki nilai jual, karena pendengar selalu mengharapkan sesuatu hal yang baru. Dalam menawarkan program siaran kepada pendengar, radio juga harus bisa mengemas program tersebut menjadi layak untuk disampaikan kepada khalayak dan program yang kita tawarkan bisa menghibur para pendengar.

Setiap program harus memenuhi khalayak radio tersebut, karena lewat program yang disajikan inilah kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Betapa pentingnya suatu program dalam pemenuhan kebutuhan khalayak akan informasi dapat dilihat dari pernyataan Norberg dalam buku *Radio Programming, Tactics and Strategy* adalah sebagai berikut :

"The essence of programming is establishing and then fulfilling listeners expectation. That's what make audience tune your station in, listen long and often". (Hal yang paling mendasar dari sebuah program adalah menuntaskan dan memenuhi

harapan pendengar. Sehingga membuat pendengar selalu mendengarkan, lebih lama dan sering) (1996 : 13).

Pengertian di atas mengandung arti bahwa program siaran adalah aktivitas yang terdiri dari informasi, hiburan dan komersial, berupa musik dan siaran kata yang disajikan oleh penyiar dimana penyusunan dan pelaksanaannya diusahakan untuk meningkatkan jumlah peralihan dari sisi target pendengar dalam memenuhi kebutuhan akan informasi atau pemasangan iklan, dan membuat pendengar *tune in*, atau selalu mendengarkan siaran anda selama dan sesering mungkin.

Popularitas program interaktif memang baru dirasakan sekitar dua dasawarsa terakhir, jauh lebih pendek dibandingkan usia radio yang sudah sekitar satu abad, diawal-awal kemunculannya. Program interaktif tidak begitu diindahkan, bahkan cenderung diprotes oleh kelompok-kelompok elit, hal ini dikarenakan program ini dibuat hanya sekedar memenuhi slot atau ruang ditengah-tengah deretan program acara yang ketika itu sangat mengandalkan pada acara musik, lagu, berita, dan laporan olahraga dan sebagainya.

Program interaktif seperti yang disampaikan, Brandt, Sasono dan Gunawan (2001 : 139) dalam buku *Jurnalistik Radio Sebuah Panduan Praktis* menjelaskan bahwa program interaktif adalah program yang melibatkan interaksi antara pembawa acara atau presenter (dengan atau tanpa dilengkapi kehadiran pembicara yang diundang dari luar) di studio

dengan pendengar diluar studio (dalam beberapa kejadian, pendengar bisa juga diundang hadir di studio).

Radio merupakan media *auditif* (hanya bisa di dengar), murah, merakyat dan bisa dibawa atau didengarkan dimana-mana. Radio berfungsi sebagai media ekspresi, komunikasi, informasi, pendidikan dan hiburan. Radio memiliki kekuatan terbesar sebagai media imajinasi sebab sebagai media yang buta radio menstimulasi begitu banyak suara dan berupaya memvisualisasikan suara penyiar ataupun informasi factual melalui telinga penyiarnya (Masduki, 2001:9)

Menurut (Masduki, 2001:15) Elemen-elemen yang ada dalam program acara radio yang harus ada sebagai materi pendukung saat disiarkan nanti, antara lain berupa :

a. *Bumper*

Bumper merupakan penanda singkat mengenai sebuah program acara radio. Durasinya cukup singkat sekitar 2-15 detik.

Bumper bisa menjadi penanda saat sebuah program akan dimulai (*bumper in*), atau penanda bahwa program acara telah berakhir (*bumper out*). Isinya merupakan penjelasan singkat tentang program

acara tersebut. Agar lebih menarik bumper bisaanya dipadukan dengan musik. *Bumper* juga bisa ditempatkan di antara iklan dalam

b. *Jingle*

Jingle merupakan identitas sebuah program dalam bentuk musik, narasi, lagu (musik dan lirik). Durasinya pun cukup singkat antara 15-30 detik. Isi *jingle* biasanya berupa judul acara, nama radio, frekwensi radio tersebut. Bentuk *jingle* yang berupa musik dan lagu biasanya lebih menarik, sehingga begitu *jingle* program diputar pendengar langsung tahu mereka sedang mengikuti acara apa. *Jingle* program biasanya diputar setelah break iklan atau sebelum lagu diputar.

c. Musik/Lagu

Musik atau lagu merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam sebuah program acara radio. Musik dan lagu yang ditampilkan dalam program acara biasanya diturunkan dari format station yang dianut oleh radio tersebut. Ketika format station yang dipilih Top 40 misalnya, maka tentu musik dan lagu yang bisa diputar dalam program acara adalah musik dan lagu yang sesuai dengan format Top 40, yaitu: harus lagu terbaru, lagu yang sedang menjadi hits, usia lagu tidak lebih dari 2-3 bulan. Ketentuan tentang lagu apa yang bisa diputar dan tidak bisa diputar akan dibahas lebih lanjut.

40 tentu saja tidak boleh memutar lagu kenangan atau lagu lama. Pemutaran lagu dan jenis musik yang dipilih juga harus menyesuaikan.

d. *Sound Effect*

Sound effect tentu saja berisi berbagai macam suara dan *sound* yang menirukan berbagai bunyi seperti binatang, manusia, suara alam, perlengkapan rumah tangga, kendaraan, mesin, senjata, dan sebagainya. Bunyi-bunyian inilah yang bisa memberikan suasana menjadi lebih hidup dalam siaran radio. *Sound effect* ini akan membuat ruang imajinasi pendengar semakin hidup dan siaran menjadi sangat menarik.

e. *Backsound*

Backsound merupakan musik latar yang akan mengarahkan pada suasana atau atmosfer tertentu sesuai yang dikehendaki dalam sebuah program acara. *Beat* musik serta warna musik yang dipilih akan membawa pada suasana siaran yang diinginkan. *Backsound* sebaiknya dipilih berupa musik instrument tanpa ada latar suara penyanyi, karena suara penyanyi akan mengganggu ketika penyiar *on-mike*. Analogi kalau lagunya terkenal dan sedang hits, dibawakan

pendengar justru akan fokus mendengarkan *backsoundnya* daripada penyiarnya.

f. Topik/Tema

Untuk mendapatkan siaran yang baik tentu seorang penyiar harus memiliki materi siaran berupa tema atau topik yang akan disampaikan sebagai bahan siaran. Seorang penyiar tidak hanya bertugas memutar lagu, menerima telpon, atau membaca *request* lagu. Tapi, seorang penyiar harus menyampaikan pesan yang bermanfaat bagi pendengarnya dan mengajak pendengar untuk berinteraksi dengan perbincangan yang ada. Karena itulah topik atau tema siaran sangat penting bagi seorang penyiar. Dengan tema siaran yang telah disiapkan, membuat materi siaran lebih berisi, tidak sekedar kirim salam atau memutar lagu. Tetapi, ada pesan yang disampaikan kepada pendengar. Selain itu, penyiar akan lebih fokus dalam menyampaikan materi siaran. Dalam satu program acara. Penyiar bisa menyampaikan hanya satu tema besar saja. Selanjutnya, tema besar tersebut bisa dibagi-bagi dalam beberapa materi siaran yang disampaikan oleh penyiar dari berbagai perspektif.

g. Materi Kata

Materi kata adalah materi yang telah disiapkan oleh *script* writer sebagai bahan amangan bagi penyiar. Materi kata ini dibuat

oleh *Script Writer* berdasar topik/tema yang telah ditentukan sebelumnya. Dari tema siaran yang ada *Script Writer* akan membuat materi kata yang sesuai tema dari beberapa sudut pandang. Materi kata inilah yang kemudian akan dikembangkan oleh penyiar dengan bahasanya sendiri sewaktu 'berbicara' dengan pendengar

Program musik adalah suatu program yang materi siarannya mengutamakan aspek atau yang berkaitan dengan musik dan lagu dalam penyajian siarannya. (Triartanto, 2010: 146).

Program jenis musik saat ini sangat variatif dan beragam, mulai dari jenis musik pop, rock, pop rock, jazz, melayu, regge, dan lain-lain. Jenis musik yang variatif ini merupakan warna dalam musik, setiap band bisaanya memiliki aliran musik yang berbeda dengan band yang lainnya.

Musik indie adalah gerakan bermusik yang berbasis dari apa yang dimilikinya, mulai dari merekam, mendistribusikan dan promosi dengan uang sendiri. Istilah indie atau independent lahir dari perbedaan proses kreatif serta cara pendistribusian hasil karya dalam bermusik.

Musik indie tumbuh secara natural di Indonesia dan mengawali kariernya dengan membawakan lagu-lagu dari band luar misalnya dari Pas Band, Koes Plus, God Bless, atau masih sering membawakan lagu orang. Pertama mereka mengidolakan band-band tersebut, kemudian mereka juga menjadi inspirasi dan itu menjadi impian hampir semua

anak muda itu dikarenakan oleh apa yang terekspos dimedia. Tapi mereka juga sadar bahwa ada keterbatasan menembus industri musik. Jadi otomatis mereka tidak memandang musik yang mereka mainkan sebagai sesuatu yang layak dijual karena yang penting adalah idealisme dulu.

2. Program Director

Program Director adalah seseorang yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap keseluruhan program siaran dan membuat serta menyusun jadwal siaran. *Program Director* juga harus selalu memantau perkembangan trend dan program-program dari radio kompetitor agar bisa selalu membenahi kekurangan dan meningkatkan mutu programnya. *Program Director* harus mempunyai kemampuan memahami penempatan program yang tepat sesuai waktu, durasi, dan juga pergantian program demi program, supaya pendengar tetap konsisten dalam mendengar program radionya. Menurut (Triartanto, 2010: 79).

Menurut Triartanto, *Program Director* / Penata Program adalah seorang yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap keseluruhan program siaran, dan membuat serta menyusun jadwal siaran. *Program Director* (PD) juga harus selalu memantau perkembangan *trend* dan program-program dari radio kompetitor agar bisa selalu membenahi

kekurangan dan meningkatkan mutu programnya. *Program Director* harus seorang yang mampu memahami penempatan. program yang tepat sesuai waktu, durasi, dan juga pergantian program demi program supaya pendengar tetap konsisten (*stay tune*) dalam mendengar program radionya (2010:79)

Program Director adalah orang yang memiliki tanggung jawab terhadap terbentuknya, terlaksananya dan evaluasi terhadap program-program siaran radio sepanjang hari, minggu, bulan dan tahun. Seorang *Program Director* harus juga memiliki tanggung jawab untuk mengkoordinir kru radio baik penyiar, *music director*, operator, *script writer*, *gatekeeper*, *reporter* dan beberapa bagian lainnya yang ada di radio siaran (Yulia, 2010: 36).

Program Director memiliki tanggung jawab untuk merumuskan dan menetapkan program penyiaran radio yang memenuhi bentuk format penyiaran radio yang telah ditetapkan oleh perusahaan termasuk aspek-aspek pendukung keberhasilan penyiaran radio, dengan memperhatikan kebutuhan pendengar sekaligus kebutuhan pengiklan. Seorang *Program Director* bertanggung jawab penuh terhadap kelancaran jalannya keseluruhan aktivitas siaran secara umum mulai dari perencanaan/persiapan, pelaksanaan sampai pada tahap evaluasi dan

Denyut nadi sebuah stasiun radio adalah pendengar, pendengar membutuhkan suguhan program acara yang menarik, maka dari itu keberadaan *Program Director* sangat penting dalam menyusun suatu program dengan tidak lepas dari banyak pertimbangan yang harus diperhatikan.

Tiga belas kerangka dasar untuk optimalisasi kerja seorang pengarah program antara lain:

- a. *Monitoring* (memonitor), dan mendengarkan stasiun penyiaran radio setiap saat, setiap hari dalam kondisi apa pun tetap memantau.
- b. *Act* (bertindak), mengoreksi kesalahan penyiaran sesegera mungkin, harus peduli dengan kesalahan-kesalahan yang dilakukan oleh tim kerja program.
- c. *Create* (mencipta), setiap hari memunculkan ide-ide baru untuk membuat penyegaran, misalnya mendisain progress, menjual program, merancang ide dasar iklan hingga implementasi dan mempelajari musik-musik yang telah diudarakan.
- d. *Involve yourself with your people* (libatkan di anda dengan semua karyawan anda).
- e. *Get Input* (can masukan), memberikan masukan-masukan yang membangun datang dari mana saja, mendorong tim kerja untuk mempelajari kritikan-kritikan yang dilontarkan karena rasionalitas

- f. *Be aware of the competition* (selalu siapkan diri anda dalam hubungan dengan persaingan atau kompetisi).
- g. *Involve yourself in the community* (libatkan diri dalam komunitas), jangan melepaskan diri dari masyarakat (pendengar), hindari menjadi pengarah program yang kuper, pesimis, idealis, dan egoistis.
- h. *Be Positive* (selalu bersikap positif).
- i. *Share* (selalu mau berbagi), jangan merasa superior, curah pendapat akan sangat membantu untuk membicarakan gagasan-gagasan serta rencana stasiun penyiaran radio.
- j. *Review your goal* (telaah ulang tujuan-tujuan anda), setiap hari perlu mengecek apa yang sudah dilakukan oleh tim kerja, agar dapat mengukur, kontribusi pencapaian tujuan yang telah direncanakan.
- k. *Set an example* (berikan contoh), untuk memudahkan operasional peranan pengarah program adalah memberi contoh kepada tim kerja untuk mengsurangi kesalahan, baik produksi penyiaran maupun aturan kerja yang sudah dibakukan oleh perusahaan, dalam hal ini adalah menerapkan konsep-konsep seorang pemimpin, pemikir dan praktisi.
- l. *Be Conscious* (selalu sadar akan biaya yang anda keluarkan/hemat), motivasi tim kerja untuk melakukan kinerja yang professional dan merata dengan menyadari tujuan perusahaan untuk lebih baik.

keuntungan dengan tidak membuang-buang waktu dan material dalam bekerja.

m. *Do Something* (lakukan sesuatu), setiap hari, biarkan tim kerja mengetahui kerja pengarah program, ketertarikan dan keseriusan serta kepedulian terhadap stasiun peyiaran radio (Prayudha, 2004 : 81).

Selain itu, seorang perencana acara yang baik akan selalu mempertimbangkan bagaimana agar acara itu digemari. Bagian pengelola program siaran harus mempertimbangkan empat hal ketika merencanakan program siaran yang terkait dengan :

- a. *Product*, artinya materi program yang dipilih haruslah yang bagus dan diharapkan akan disukai audiens yang dituju.
- b. *Price*, artinya biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi atau membeli program sekaligus menentukan tarif iklan bagi pemasang iklan yang berminat memasang iklan pada program bersangkutan.
- c. *Place*, artinya kapan waktu siaran yang tepat bagi program itu. Pemilihan waktu siaran yang tepat bagi suatu program akan sangat membantu keberhasilan program bersangkutan.
- d. *Promotion*, artinya bagaimana memperkenalkan dan kemudian menjual acara itu sehingga dapat mendatangkan iklan dan sponsor (Morissan, 2009:202).

Dalam proses perencanaan program yang dilakukan *Program Director* terdapat 4 faktor yang mempengaruhi dalam proses perencanaan suatu program sebelum diproduksi. Menurut pendapat Pringle 4 faktor tersebut ialah:

a. *Audience*

Audience yaitu pendengar radio adalah faktor yang paling berpengaruh dalam proses perencanaan program. Untuk tujuan utama *audiens* mendengarkan radio adalah untuk menikmati isi program siaran yang disiarkan oleh suatu radio, walaupun saat mereka menikmati program siaran mereka juga menerima tayangan lain seperti iklan dan promo program. Jika sebuah stasiun radio ingin dapat bertahan dalam persaingan dan dapat selalu diterima oleh khalayak maka *Program Director* harus dapat menciptakan program yang dapat menarik pendengar serta memenuhi kebutuhan pendengarnya. Karena jika kebutuhan pendengar tidak terpenuhi, keberadaan radio tersebut juga akan berbahaya (Pringle dkk dalam Morissan, 2009 : 244).

b. Pengelola atau pemilik stasiun

Pengelola stasiun siaran adalah mereka yang bertanggung jawab menjalankan atau mengoperasikan stasiun penyiaran dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan bagi kepentingan pemilik

stasiun. Semakin besar audience yang dapat diperoleh, maka semakin besar kemungkinan untuk mendapatkan keuntungan. Dengan demikian pengelola stasiun harus memilih dan menjadwalkan program sedemikian rupa agar dapat menarik sedemikian mungkin *audience* diantara khalayak yang menjadi sasaran (*targeted audience*). David menyebut hal ini sebagai taktik (*tactical*) program, yaitu *methods of program planning, the arrangement of the schedule and viewing trends* (metode perencanaan program, pengaturan, penjadwalan dan trend, dalam tontonan) (Morissan, 2009 : 246).

c. Pemasang Iklan

Tujuan pemasang iklan/sponsor adalah untuk mempromosikan produk mereka pada stasiun penyiaran yang memiliki audien yang paling sesuai atau audien yang merupakan konsumen terbesar produk yang dipromosikan itu. Program yang menarik konsumen potensial suatu produk memiliki peluang besar untuk menarik pemasang iklan, terlebih lagi jika jumlah audien yang berhasil di jaring cukup besar dengan biaya pemasang iklan yang kompetitif. Karena pemasang iklan sangat menentukan keuangan suatu stasiun penyiaran (Lewis dalam Morissan, 2009 : 247).

d. Regulator

Regulator adalah pihak yang berwenang dalam proses pengawasan suatu stasiun penyiaran, dalam hal ini adalah Komisi Penyiaran Indonesia dan lembaga pemerintah lain. Lembaga tersebut penting untuk mengawasi mengudaranya suatu stasiun penyiaran agar sesuai dengan perundangan dan tentu saja isi program siaran yang disajikan harus sesuai dengan etika, hukum dan norma yang berlaku dalam masyarakat (Morissan, 2009 : 247).

Seorang *Program Director* dalam proses programming, harus dapat menentukan hal-hal apa saja yang dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian pendengar. Sehingga seorang *Program Director* tahu dan memahami jenis daya tarik apa yang akan digunakan untuk menarik perhatian pendengarnya.

Namun dalam kenyataannya sampai saat ini belum ada cara yang dapat digunakan untuk memperkirakan apakah suatu program yang akan disiarkan akan gagal ataupun berhasil menarik perhatian pendengarnya. Namun ada beberapa elemen yang harus dipenuhi oleh suatu programmer agar program tersebut dapat berhasil menarik perhatian pendengar. Elemen tersebut antara lain adalah konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, timing dan trend (Morissan, 2009:324).

Selain terdapat 4 faktor di atas yang berpengaruh dalam proses perencanaan program masih ada 2 hal yang perlu diputuskan sebelum dilakukannya perencanaan program. Hal tersebut antara lain:

a. *Target Audience*

Dalam hal ini perencanaan program dipusatkan pada proses penentuan format siaran dan program siaran yang dapat menarik serta memenuhi dan memuaskan kebutuhan pendengarnya. Sebelum memproduksi atau membeli suatu program perlu dilakukan riset terhadap minat dan selera pendengar. Selain itu pengelola program juga harus mengetahui program apa saja yang menarik dan dibutuhkan oleh kelompok-kelompok tertentu dalam masyarakat. Sehingga program yang disiarkan bisa mendapatkan pendengar sebanyak mungkin.

b. *Target Pendapatan*

Proses perencanaan sebuah program perlu ditetapkan target pendapatan yang akan diterima dari penayangan program tersebut. Oleh karena itu *Program Director* harus selalu berkonsultasi dan bekerja sama dengan bagian pemasaran. Dalam pelaksanaannya diperlukan komunikasi dan kerjasama yang baik antara *Program Director* dan bagian pemasaran, karena bagian pemasaran juga dapat memberikan informasi tentang prospek rating yang dapat disebarkan

suatu program dan hal tersebut juga akan berpengaruh pada pendapatan yang akan didapatkan stasiun radio melalui iklan yang akan didapatkan (Morissan, 2009:249).

Dalam proses *programming* seorang *Program Director* harus dapat menentukan hal-hal apa saja yang dapat dimanfaatkan untuk menarik perhatian pendengar. Sehingga seorang *Program Director* tahu dan memahami jenis daya tarik apa yang akan digunakan untuk menarik perhatian pendengarnya.

Dalam stasiun radio *Program Director* tidak hanya menyusun format program acara inti yang notabennya menjadi prioritas dalam sebuah radio, akan tetapi *Program Director* juga harus memikirkan program acara yang lain yang memiliki potensi dalam meningkatkan jumlah pendengar diantaranya program acara yang bersifat hiburan. Tidak semua radio memiliki format yang sama, *Program Director* harus mengetahui pembagian waktu di mana acara tersebut sesuai dengan waktu penayangannya (Keith, 2007:110).

Ada beberapa element dalam penyusunan program yang harus dijalankan oleh *Program Director* agar acara yang dijalankan tetap stabil dan memiliki jumlah pendengar yang banyak, diantaranya adalah:

a. *Program Director* harus bisa memenciemer format program acara

- b. Efektivitas *Program Director* diukur dengan jumlah pendengar di pasar besar dan oleh penjualan di pasar yang lebih kecil.
- c. *Program Director* menentukan isi siaran dari setiap jam, memanfaatkan jam program untuk memastikan bahwa setiap program acara seperti program berita, promosi, prakiraan cuaca, musik dan sebagainya akan mendatangkan keuntungan bagi radio.
- d. *Program Director* harus menyesuaikan pemrograman dengan kegiatan gaya hidup *audiens*. Mereka harus mengembangkan suatu *image* untuk daerah di mana stasiun terletak, melihat dari informasi data survei dan data penelitian.
- e. *Program Director* adalah orang yang bertanggung jawab dalam segala sesuatu yang ditayangkan dalam sebuah radio. Termasuk pada anggaran untuk suatu program, memantau persaingan radio, mengawasi program acara ketika *On-Air*, bertanggung jawab menilai riset berita yang diterima dari *reporter news* dan membuat jadwal penyiar.
- f. *Program Director* harus memastikan bahwa stasiun mematuhi semua peraturan yang menyangkut praktek pemrograman, mengantisipasi masalah sebelum terjadi kesalahan. (Keith, 2007:135)

Pada dasarnya seorang *Program Director* dalam menyusun

program acara selalu meminta pertimbangan dan masukan dari penyiar

yang secara langsung berada di lapangan dan berhubungan dengan *audience* atau pendengar, walaupun terkadang seorang *Program Director* juga mengandalkan survei radio untuk membuat suatu program acara yang di gemari oleh pendengarnya (Yulia, 2010:36)

Seorang *Program Director* harus bisa memahami penempatan program. Artinya, pengetahuan terhadap penempatan program dalam hitungan waktunya perlu dikuasainya. *Program Director* harus tepat menempatkan setiap program-programnya dalam rentang waktu dan durasinya agar sesuai dengan minat dan keinginan pendengarnya. Misalnya, *Program Director* harus tahu penempatan program music jazz, komedi, variety show, dan lain-lainnya pada waktu manakah yang paling tepat, apakah berada pada pagi, siang, sore, atau malam. Dan juga perlu dipahami, mengetahui berapa durasi dari suatu program atau acara yang pantas? Inilah yang harus dikuasai seorang *Program Director* dalam menempatkan program-programnya.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memamerkan situasi/kejadian, tidak menguji atau

menyelaraskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat deskripsi. Menurut Rakhmat (2001:24), penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi. Sehingga dalam konteks penelitian deskriptif ini mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana peran *Program Director* dalam program acara indie musik.

2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di PT. Radio Citra Budaya Banten atau Radio Serang FM dalam acara KASEMEN (Kreasi Seni Musik Anak Band). Yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman Blok E No. 3 Kota Serang Baru (KSB) Serang Banten.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan menggunakan :

a. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung oleh pewawancara (pengumpul data) kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam dengan alat perekam (*tape recorder*) (Soehartono, 2000:9).

Dalam melakukan wawancara peneliti menggunakan *interview guide* untuk mempermudah proses wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan pihak radio Serang FM yang berkaitan dengan peran *Program Director* yang sesuai dengan masalah untuk diteliti. Diantara beberapa yang akan diwawancarai adalah bagian *Program Director* dan produser acara serta band-band musik indie pengisi acara diprogram acara KASEMEN yang dapat memberikan informasi data.

Narasumber dalam wawancara ini dibagi menjadi dua, yaitu:

- 1) Narasumber primer: merupakan pihak-pihak yang bertindak sebagai fokus utama dalam wawancara yang memberikan informasi yang diperlukan tentang objek yang diteliti. Dalam hal ini yang merupakan narasumber adalah *Program Director*, Produser Program Acara, dan Penyiar di karenakan terlibat di dalam program Kasemen dan membantu kinerja *Program Director*.
- 2) Narasumber sekunder: merupakan pihak-pihak yang bertindak sebagai pelengkap dalam wawancara dan dapat membantu penulis untuk memahami objek penelitian. Dalam hal ini yang

b. Dokumentasi

Yaitu mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, terutama berupa arsip-arsip dan juga termasuk buku-buku tentang pendapat teori, dalil atau hukum-hukum lainnya yang berhubungan dengan masalah penyelidikan (Nawawi, 2005:33). Dokumentasi tersebut berupa arsip-arsip seperti daftar program acara, pengambilan gambar, internet, serta catatan-catatan tentang program acara KASEMEN radio Serang FM.

4. Keabsahan Data

Untuk memperoleh kebenaran, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Menurut Patton, triangulasi data berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Moleong, 2000: 175). Triangulasi data dari penelitian ini diperoleh dengan meng-*cross check* informasi antara informan yang satu dengan informan yang lain.

Adapun dari beberapa macam teknik triangulasi, maka pada penelitian ini yang akan digunakan adalah teknik triangulasi sumber.

Triangulasi sumber adalah teknik yang digunakan dengan cara membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam

metode kualitatif. Triangulasi sumber ini dapat dilakukan dengan beberapa jalan, yaitu :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang, seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, dan orang pemerintahan
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.

Dari kelima jalan dalam proses triangulasi sumber tersebut, maka pada penelitian ini akan digunakan jalan dengan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan

5. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh kemudian diolah dan dianalisa. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan metode kualitatif dengan teknik analisa deskriptif. Analisa ini dimaksudkan untuk menggambarkan keadaan yang diteliti. Dimana data yang tidak terduga dan tidak terduga

menunjukkan suatu mutu atau kualitas prestasi, tingkat dari semua variabel penelitian yang bisaanya tidak dihitung atau diukur secara langsung. Data ini digunakan untuk menjelaskan atau melaporkan data dengan apa adanya, kemudian memberi interpretasi terhadap data tersebut (Rakhmat, 2001:29). Pada analisis ini terdapat tiga alur kegiatan yaitu:

- a. Menelaah sumber data dari semua keseluruhan data dari hasil pengumpulan data melalui hasil wawancara, observasi, dan dari sumber lain.
- b. Reduksi data yaitu sebagai proses pemusatan data kasar yang muncul dari hasil penelitian lapangan yang kemudian digolongkan, diarahkan dan mengorganisasikan data sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan.
- c. Menarik kesimpulan atau verifikasi merupakan langkah terakhir pada kegiatan analisis kualitatif dari hasil kumpulan data