

## **BAB III**

### **A. Penyajian Data**

#### **1. Penerapan Strategi Kreatif Program #RadioAADC pada Radio JIZ 89,5 FM Yogyakarta**

Strategi kreatif menjadi sangat penting bagi sebuah radio di Yogyakarta, dikarenakan persaingan antar radio yang sangat pesat membuat pengelola stasiun radio harus lebih aktif dan kreatif. Program yang dibuat harus memberikan efek yang baik serta bermanfaat bagi pendengar. Strategi kreatif setiap radio juga dapat mencerminkan ciri khas radio itu sendiri, karena setiap radio pasti memiliki program-program unggulan yang dibuat sangat berbeda dengan yang lainnya. Sehingga dapat sukses meraih pendengar agar tetap setia mendengarkan radio tersebut dan dapat mempertahankan eksistensi di industri radio.

Radio JIZ FM merupakan salah satu radio yang selalu menghadirkan program-program radio yang berbeda dari radio lainnya. Program-program yang dibuat oleh radio JIZ FM ini juga menggunakan strategi kreatif untuk meraih pendengar dan mempertahankan eksistensinya. Radio JIZ FM sangat menyadari bahwa bertahan di industri radio bergantung pada pendengar setia serta program-program kreatif. Sehingga radio JIZ FM selalu memberikan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan program, agar dapat lebih *fresh* dan diterima oleh pendengar.

Program terakhir yang dilakukan oleh radio JIZ FM dan merupakan program yang berbeda dari yang lainnya ialah #RadioAADC.

Program #RadioAADC merupakan program yang dibuat khusus untuk mengapresiasi tayang perdana *Ada Apa Dengan Cinta 2*. Dimana AADC 2 merupakan kelanjutan dari film AADC yang pertama yang tayang pada tahun 2002. Film AADC 2 sudah sangat dinanti kehadirannya oleh seluruh masyarakat selama 14 tahun, maka kami membuat suatu program yang khusus untuk mengapresiasikannya (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

#RadioAADC merupakan program unggulan radio JIZ FM pada bulan april 2016, pada bulan itu film AADC 2 tayang perdana serentak di seluruh bioskop tanah air. Program #RadioAADC dibuat dengan pemikiran yang matang dan sesuai dengan radio JIZ FM sendiri yaitu radio yang membuat program *content by konteks*, jadi beberapa *moment* besar dan sedang banyak dibicarakan dan diangkat sebagai program, namun tidak sebagai program tetap, hanya program untuk mengapresiasi saja. Sejarah terbentuk nya #RadioAADC juga karena hal ini sedang banyak dibicarakan di masyarakat luas. Contohnya saat ulang tahun Slank ada “Slank Day”. Radio JIZ FM menghadirkan talkshow khusus dengan Slank, *crew* radio JIZ FM langsung mendatangi Slank ke daerah Potlot Jakarta, setelah itu rekaman disiarkan di radio JIZ FM pada saat ulang tahun Slank, lalu ada juga “Sheila On 7 Day” program yang tidak jauh berbeda dengan Slank Day, namun Sheila On 7 Day ini dibuat dalam rangka memperingati hari ulang tahun Sheila On 7 pada tahun 2013, “Oneday ID” pada tahun 2015, namun hanya memutar lagu-lagu dari *One Direction* selama

sehari penuh untuk mengobati rasa kecewa penggemar *One Direction* yang tidak dapat menonton langsung saat *One Direction tour* ke Jakarta. Namun #RadioAADC ini adalah yang paling optimal, dikarenakan hingga sampai dengan penggantian nama stasiun radio.

Sejarah terbentuknya #RadioAADC ialah berawal dari isu-isu dan pembicaraan masyarakat soal AADC 2 yang akan segera rilis film nya pada bulan April. Maka *team creative* radio JIZ FM mendapatkan ide untuk mengapresiasi tayang nya film ada AADC 2 hal apa yang akan dibuat memuaskan pendengar namun berbeda dengan yang lain. Hingga akhirnya lahirlah ide untuk membuat program #RadioAADC (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Membuat kuis dan membagikan tiket merupakan hal yang sangat biasa, seluruh radio bisa melakukan nya. Dari awal radio JIZ FM sudah menjadi radio yang sering membuat program-program aneh dan berbeda. Begitupula program #RadioAADC dibuat sedemikian rupa hingga berbeda dari yang lainnya.

Hal yang membedakan radio JIZ FM dengan radio lainnya dalam mengapresiasi penayangan perdana film AADC 2 ialah pembuatan program #RadioAADC ini, karena program ini tidak hanya bagiin tiket gratis tapi juga kita disini sangat total. Tidak cuma memutar *soundtracknya* aja tapi juga kita sampai mengganti nama radio JIZ FM jadi #RadioAADC, sapaan pendengar yang awalnya sobat JIZ jadi sobat AADC. Lagu-lagu yang diputerin juga *soundtrack* AADC dari AADC pertama sama yang kedua ini. Kuis dan bagi-bagi tiket nonton juga ada. Terutama ini adalah momentum film AADC jadi akan sangat berkesan bila program ini dibuat (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 4.** Poster Kuis Ada Apa Dengan Cinta  
(<https://twitter.com/895jizfm>)

Setiap program kreatif yang dibuat oleh radio JIZ FM pasti memiliki keunikan tersendiri dan dapat menarik pendengar untuk tetap mendengarkan radio JIZ FM. Pengelola radio JIZ FM terutama *team creative* nya tidak asal sembarangan membuat suatu program kreatif. Hanya program-program unik saja yang akan membuat pendengar tidak jenuh dan selalu setia mendengarkan radio JIZ FM.

Lebih dalam lagi tentang keunikan program #RadioAADC ialah tidak hanya lagu-lagu soundtrack AADC saja yang diputarkan, namun juga dialog-dialog dari AADC yang pertama, sekuel dari AADC pertama merupakan hal yang sangat dinantikan sehingga munculah AADC 2. Dialog-dialog seperti saat rangga dan cinta berpisah di bandara, saat rangga dan cinta pergi jalan-jalan ke tempat penjualan buku bekas, dan masih banyak lagi. Hal ini merupakan *moment* yang sangat fenomenal seperti AADC pertama, isu di media sosial cukup bagus penjualan hingga tiga juta penonton atau lebih. Serta yang unik dari program ini adalah nama Radio JIZ FM diganti dengan #RadioAADC dalam satu hari penuh, tidak hanya nama radio namun semua nama sosial media juga diganti dengan #RadioAADC. Semua kuis dan hadiah yang ada di program ini di support langsung oleh pihak dari AADC, baik dari Miles maupun dari Aquarius Musikindo sebagai label untuk

*soundtrack* AADC. Beberapa band *indie* jogja juga ikut memeriahkan dengan *mcovers* lagu AADC seperti Chik and Soup, Batiga, Olski, Coolkhas, dan Trigve. Dengan demikian banyak variasi saat pemutarnya. Lagu Ada Apa Dengan Cinta akan diputarkan tiga hingga empat lagu setiap satu jam sekali sehingga untuk content-content yang lain tetap ada (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Program-program yang dibuat pasti ada pesan yang ingin disampaikan. Pesan setiap program berbeda-beda, namun pesan-pesan tersebut tentunya selalu menjadikan program menjadi lebih baik lagi. Sebuah pesan akan menjadikan sebuah program lebih terarah kepada siapa pesan itu akan disampaikan.

Pesan dalam program ini simple sebenarnya, agar lebih banyak masyarakat yang mendengarkan radio dan mendukung perfilman Indonesia, karena saat ini banyak sekali film luar negeri yang masuk ke Indonesia, sehingga para penikmat film lebih memilih untuk nonton film luar daripada film negeri sendiri. Kalau bisa kan dengan adanya program ini bisa ikut mendukung perfilman Indonesia dan makin banyak film Indonesia yang lebih baik lagi. Sehingga industri radio tidak ditinggalkan dengan adanya digitalisasi saat ini (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Selain pesan untuk para pendengar setiap program juga memiliki tujuan tertentu kenapa program itu dibuat. Tujuan tidak melulu untuk hasil material, namun juga ada tujuan lain selain untuk mendapat penghasilan dari sebuah pembuatan program.

Tujuan utama dari program #RadioAADC ini sebenarnya karena kita berada di industri radio dan di industri kreatif kita pengen buat hal yang berbeda dan tidak umum tapi tetap di jalannya, tetap sesuai segmentasi, tetap sesuai dengan visi misi radio JIZ FM (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Program #RadioAADC sendiri memiliki target yang ingin di capai. Tidak sekedar membuat program saja, namun sebuah target juga harus dipikirkan agar lebih jelas arah program ingin dibawa kemana dan siapa sasaran yang tepat untuk pemasaran. Sehingga hasil yang ingin dicapai juga sesuai.

Target kita sebenarnya untuk program ini itu cuma mempertahankan pendengar setia radio JIZ FM dan mendapatkan pendengar baru yang potensial seperti AADC. Karena kita bikin program seperti ini pastinya mereka akan percaya pada kita sebagai radio yang memang lain dari pada yang lain (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

## **2. Langkah-langkah penyusunan dan produksi Strategi Kreatif Program #RadioAADC pada Radio JIZ 89,5 FM Yogyakarta**

Perkembangan radio di Yogyakarta sangat pesat. Apabila tidak dapat mengikuti arus industri yang semakin cepat pergerakannya ini sudah pasti pendengar akan lebih memilih radio yang mampu mengikuti perkembangan serta memiliki program-program yang menarik. Dengan menggunakan strategi kreatif yang tepat diharapkan pendengar tetap akan setia mendengarkan radio JIZ FM. Harapan tersebut yang terus memacu radio JIZ FM untuk terus maju mengembangkan program-program, sehingga muncul program-program yang lebih kreatif lagi dan lain dari pada yang lain.

Kendala yang dihadapi dalam pembuatan program biasanya ialah, hal yang ingin disampaikan oleh *team creative* program radio JIZ FM kurang tersampaikan kepada pendengar karena sebagian pendengaran hanya mementingkan lagu-lagu yang diputar dari pada informasi-informasi yang ada. Namun hal itu tidak membatasi kreatifitas pengelola radio JIZ FM. Sebisa mungkin suatu program di buat dengan sangat mudah diingat atau di pahami oleh pendengar, sehingga pendengar tidak perlu pusing memikirkan informasi atau pesan yang ingin disampaikan oleh pihak pengelola namun mereka memahami maksud dari sebuah program itu dibuat, serta mereka tetap *fun* mendengarkan radio JIZ FM.

Pembuatan program-program di radio JIZ FM tidak luput dari pikiran kreatif *teamnya*. Hal ini memerlukan beberapa tahapan hingga

mendapatkan ide yang berbeda serta menjadi sebuah program yang berbeda pula. Langkah-langkah dalam produksi sebuah program ada 3 tahap, pra-produksi, produksi dan *pasca*-produksi.

#### A. Pra-Produksi

Hal pertama yang dilakukan ialah tahap pra-produksi, didalam tahap pra-produksi ada beberapa hal lagi yang harus dilakukan antara lain pemunculan ide, pematangan ide, hingga evaluasi ide dan pembuatan materi. Tahap ini adalah tahap dimana semua ide-ide bermunculan. *Brainstorming* sangat diperlukan di industri kreatif. Pemunculan-pemunculan ide baru yang lebih *fresh* akan menjadi trobosan baru untuk sebuah radio untuk lebih dikenal pendengar atau untuk tetap memertahankan pendengar setia nya.

Dalam pemunculan ide suatu program *team creative* radio JIZ FM yaitu Diki Mahardika berpendapat :

Pada tahap pra-produksi ini team creative radio JIZ FM pertamanya melakukan *brainstorming*. Apaguna melakukan *brainstorming* ialah mencari ide-ide baru yang lain dari yang lain. Pasti setiap orang akan bisa memunculkan ide baru. Kita kalau *brainstorming* ngga kaku, santai saja kaya ngobrol biasa aja. Jadi ide-ide yang muncul juga lebih alami tidak dipaksakan. Awalnya kita tidak langsung memutuskan topik ini atau topik yang lain yang dibuat suatu program. Namun awalnya kita bersama *manager* melakukan *brainstorming* terlebih dahulu. Ada sekitar 3 kali kita *brainstorming* ide. Hal apa yang sedang banyak dibicarakan saat ini, karena itu merupakan perhatian utama masyarakat. Setelah beberapa ide terkumpul kami melakukan riset dengan isu-isu yang telah di pilih, kemudian isu yang paling menarik yang akan coba kita olah menjadi sebuah program. Sebenarnya ngga ribet sih langkah-langkah nya. ya, yang paling penting sih *brainstorming* nya itu, karena itu awal dari segala program kreatif (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

*Brainstorming* yang dilakukan oleh *team creative* radio JIZ FM merupakan tahap paling dasar dalam membuat suatu program kreatif, disini segala ide yang dimaksud kreatif dan unik di *list* dan didiskusikan. Beberapa ide yang menurut *team* terlalu sederhana akan di hilangkan sehingga tersisa ide-ide yang paling unik dan menarik.

*Brainstorming* ide tidak dapat dilakukan hanya satu kali lalu langsung mendapat ide yang bagus untuk sebuah program. Namun sebuah *brainstorming* biasanya dilakukan beberapa kali hingga menemukan ide yang sesuai dengan keinginan pendengar. Beberapa ide juga akan muncul saat kita melihat evaluasi program-program yang telah kita lakukan sebelumnya.

#RadioAADC ini awal nya kita mulai dari antusias masyarakat tentang adanya berita bahwa memang AADC 2 akan tayang di bioskop seluruh Indonesia pada bulan April. Kita sebagai *team creative* pengen buat program tapi yang berbeda dari yang lainnya, ngga monoton kaya gitu-gitu aja. Radio JIZ FM dulu pernah membuat juga program yang berkaitan dengan AADC. Waktu itu emang kita sengaja bikin karena melihat AADC itu film fenomenal di Indonesia, banyak penggemar Cinta dan Rangga khusus nya di Jogja jadi kita bikin pas 10 tahunnya film AADC. Kita memutar lagu-lagu *soundtrack* AADC seharian penuh. Kalau ini sih cuma buat kita mengenang AADC aja, bagi yang kangen juga dengan kisah Cinta dan Rangga. Kemudian beberapa tahun kemudian dibuat AADC 2 semakin membuat kita yakin untuk membuat program yang lebih besar untuk mengapresiasi penayangannya. Penggemar AADC pun juga menyambut baik hal ini (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Tidak berhenti pada *brainstorming*. Setelah *brainstorming* dilakukan, *team creative* radio JIZ FM akan mendapat sebuah mentahan

program yang akan di jalankan atau hanya sebuah ide program setelah melakukan *brainstorming*. Kemudian ide tersebut diolah kembali.

Banyak hal yang akan dilakukan setelah penemuan ide tersebut.

Ide sudah kita dapat dari *brainstorming*, setelah beberapa kali kumpul *team creative* dan *brainstorming* bareng-bareng akhirnya kita mau bikin #RadioAADC. Nggak cuma kuis atau bagi-bagi *merchandise* aja tapi langsung total sekalian buat program nya saja. Apalagi ini AADC 2 juga besar banget antusias nya kan sayang kalo kita cuma bikin acara kecil aja (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Persiapan untuk membuat suatu program tidak mudah dan cepat.

Namun ada beberapa hal yang perlu disiapkan. Sehingga program dapat tertata dan lancar hingga siaran usai.

Awalnya kita kordinasi dulu sama pihak AADC 2 nya soal program ini lalu ada beberapa hal yang diberikan ke radio JIZ FM kaya kaos,*merchandise*, tiket gala *premier*, tiket nonton AADC 2, CD lagu *soundtrack* AADC 2. Barang-barang itu juga kita bikin jadi sebuah kuis buat pendengar (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 5.** CD Original AADC untuk pemenang kuis  
(Document radio JIZ FM)

Kuis yang diselenggarakan oleh pihak radio JIZ FM semata-mata untuk meramaikan serta untuk promo film AADC 2.

Kita bikin kuis buat seru-seruan aja. Hadiah semua dari pihak AADC, pertanyaan-pertanyaan kuis juga cuma seputar AADC 2 aja ngga jauh-jauh. Promo kuis kita juga bikin, kita share lewat *social media* (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 6.** Poster Kuis Ada Apa Dengan Cinta  
(<https://twitter.com/895jizfm>)

Koordinasi dengan pihak Ada Apa Dengan Cinta sangatlah penting, karena sebuah program apabila tidak melakukan koordinasi yang jelas dapat melanggar hak cipta. Lagu-lagu yang diputar juga memiliki hak cipta yang jelas.

Kita kordinasi dengan pihak AADC 2 nya lalu sama Aquarius musikindo juga buat pemutaran lagu-lagu nya. lagu-lagu di radio JIZ FM sebuah legal jadi kita tidak takut kalau melanggar hak cipta, karena adanya koordinasi tadi. *Manager* radio JIZ FM yang kemarin ke Jakarta untuk kordinasi (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 7.** Update Instagram Aquarius Musikindo (<https://www.instagram.com/895jizfm/>)

Tahap selanjut nya selain koordinasi ialah mempersiapkan materi siaran. Materi-materi siaran ini tidak asal langsung dibuat. Namun sesuai dengan *konteks* yang akan di bicarakan saat siaran.

Tahap selanjutnya setelah pematangan ide dan konsep ialah pembuatan materi untuk siaran serta beberapa hal yang akan dilakukan saat *on air* program #RadioAADC seperti *on ground* (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Materi yang dibuat untuk siaran tidak boleh hanya asal-asalan. Namun harus sesuai dengan konten. Sebab itu hal yang akan sangat membuat pendengar tetap setia mendengarkan radio JIZ FM. Apabila materi dibuat dengan asal, maka tidak dapat menjamin pendengar akan tetap setia mendengarkan.

Informasi-informasi yang disampaikan pada saat siaran ialah informasi yang bersangkutan dengan AADC, baik itu AADC yang pertama maupun AADC yang kedua. Berbagai dialog AADC yang pertama yang masih sangat diingat oleh pecinta AADC juga diputarkan dalam setiap program radio JIZ FM selama satu hari penuh. Beberapa band *indie* jogja juga ikut memeriahkan dengan *mencover* lagu AADC, sehingga banyak variasi saat pemutarnya. Lagu AADC akan diputarkan tiga hingga empat lagu setiap satu jam sekali sehingga untuk content-content yang lain tetap ada (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Materi-materi yang disiapkan oleh *team creative* radio JIZ FM tidak hanya sebuah dialog antara penyiar dan pendengar saja namun juga ada materi-materi lain seperti *jingle*, *idis* dan juga promo-promo film AADC.

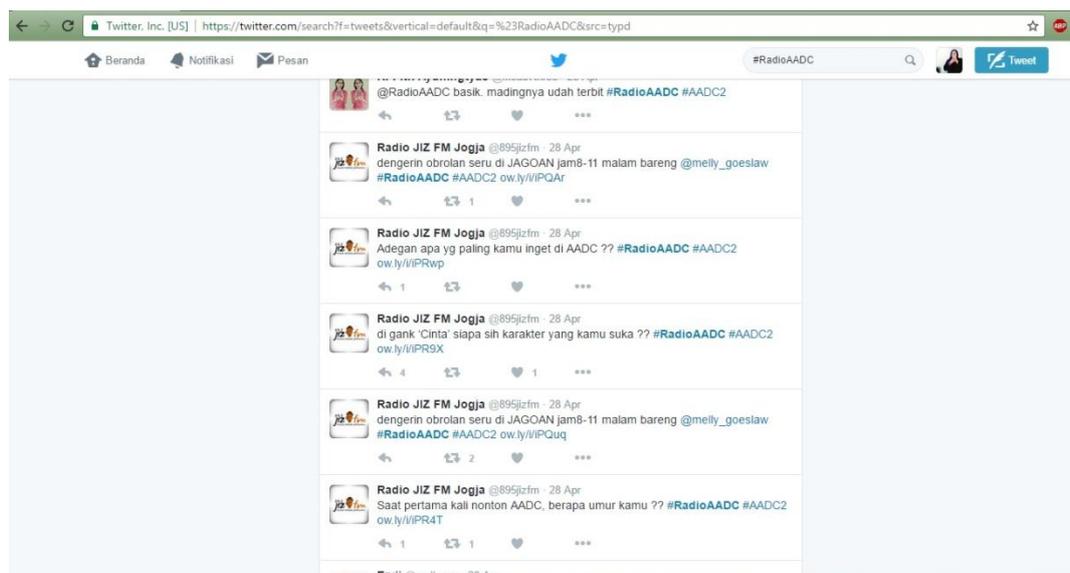
Karna AADC 2 juga *tour* promo ke radio-radio yang ada di Jogja jadi kita sekalian aja minta tolong buat teh melly ngisi *jingle*, *idis*, promo film nya kaya gitu. Jadi *jingle* yang kita pakai selama satu

hari penuh nanti pakai suara teh melly. Biar lebih total program nya. *jingle* itu kaya iklan gitu tapi dalam bentuk musik atau lagu. Jadi nanti suara teh melly yang kita rekam. Begitupula buat *idis* nya, *idis* itu kaya sapaan buat pendengar setia. Untuk #RadioAADC sebutan pendengarnya sahabat AADC, dan itu kita buat juga dengan suara teh melly. Promo film sudah pasti pake suara teh melly karena *soundtrack* AADC 2 kan dia semua yang nyanyiin, pasti lebih pas kalo promo juga suara teh melly(wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Tahap pra-produksi yang dilakukan tidak berhenti di situ saja.

Membuat *playlist* lagu untuk siaran juga penting. Pembuatan *playlist* lagu dilakukan oleh *team creative*.

*Playlist* lagu kita juga yang bikin, biar nanti penyiar tinggal *play* aja. Mulai dari penempatan *jingle* juga udah kita tata di *playlist* nya. pokoknya penyiar tinggal *play* aja. Materi info-info mungkin penyiar cari sendiri (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**Gambar 8.** Informasi dan materi siaran #RadioAADC  
(<https://twitter.com/895jizfm/media>)

*Creative team* radio JIZ FM juga membuat materi untuk publikasi baik di *online* ataupun *offline*. Materi promosi yang baik akan mempengaruhi banyak tidaknya pendengar tersebut. Sebab dari materi promosi masyarakat akan tau *event* yang kita buat.

Kita bikin banyak materi, ngga cuma materi siaran tapi juga promosi. Kita promosi nya lewat online pasti, kaya instagram, twitter, facebook juga. Masyarakat sekarang kan lebih aktif di media sosial jadi kita juga promosi lewat online.

Promo sosial media yang dibuat oleh *team creative* radio JIZ FM berupa foto, *hashtag* untuk twitter, dan *copy writing* yang bagus (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 9.** Poster Promo #RadioAADC  
(<https://twitter.com/895jizfm/media>)

Promo lewat sosial media juga sangat efektif, namun promo lewat sosial media juga harus menarik. Promo sosial media yang menarik dapat membuat masyarakat lebih tertarik untuk membaca dan melihatnya.

Kita juga bikin *graphic design* buat poster #RadioAADC, foto dan benner juga. Banner gunanya juga buat kita nanti ada *on ground*. Jadi kita total secara promosi biar hasilnya maksimal (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 10.** Poster Promo #RadioAADC  
(<https://twitter.com/895jizfm/media>)

Melly goeslaw juga berfoto untuk promo #RadioAADC. Foto seperti ini juga dapat menjadi promo untuk program #RadioAADC ,

sehingga pendengar dapat lebih percaya dan dapat mendengarkan #RadioAADC.



**GAMBAR 11.** Foto Melly Goeslaw Datang Ke JIZ FM (<https://twitter.com/895jizfm/media>)

Biasanya untuk suatu program baru sebuah radio akan menyesuaikan program tersebut cocok untuk disiarkan oleh penyiar tertentu yang sesuai dengan ciri khas nya. Program #RadioAADC tidak

memiliki kualifikasi khusus untuk penyiar. Radio JIZ FM juga tidak mematok untuk jumlah penyiar.

Pada dasarnya semua penyiar bisa bawain program #RadioAADC ini. Hanya saja mereka jangan sampai salah pengucapan nama radio, nama *social media* dan nama sapaan untuk pendengar. Di radio JIZ FM cuma ada 4 penyiar yang membawakan program tetap radio JIZ FM, mereka jugalah yang akan menyiarkan program #RadioAADC sesuai jadwal siaran setiap harinya (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Sebuah program memiliki suatu tata cara atau bahasa tersendiri saat menyiarkannya, serta sesuai dengan segmentasinya. Dengan demikian penyiar juga dapat lebih dekat dengan pendengar. Hal ini akan membuat kepercayaan pendengar bertambah serta pendengar tidak bosan untuk mendengarkan radio JIZ FM.

Kalau di program #RadioAADC kata-kata atau bahasa yang digunain sih biasanya bahasa anak muda yang gaul, namun tidak terlampau gaul dan alay, yang masih sopan dan dapat dimengerti (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Setiap program disajikan dengan berbeda-beda sesuai tujuan dan segmentasi. Penyajian program itu pula nanti yang juga dapat menjadi cerminan bagaimana sebuah radio itu, serta bagaimana segmentasi radio tersebut. Sehingga pendengar dapat langsung menilai baik tidak nya kualitas suatu radio.

Program #RadioAADC disajikan dengan *fun, young, local*. Kenapa seperti itu, karena itu merupakan *brand value* yang dimiliki oleh radio JIZ FM. Sehingga program-program yang dijalankan cara penyajiannya lebih mengarah ke brand value tersebut agar tidak jauh menyimpang dengan segmentasi radio JIZ FM (wawancara dengan,

Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

*Team creative* radio JIZ FM tidak membuatkan semua materi untuk program siaran. Beberapa materi sekiranya dapat mendukung siaran harus bisa dicari dan dibuat sendiri oleh penyiar. Pembuatan materi setiap program tidak asal langsung dibuat dan di siarkan. Namun juga harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan dari *tema creative*.

Info-info ringan sebisa mungkin penyiar yang nyari sendiri, karena di JIZ FM semua penyiar agar aktif tidak hanya aktif saat siaran tapi mereka juga mampu membuat materi siarannya sendiri-sendiri (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

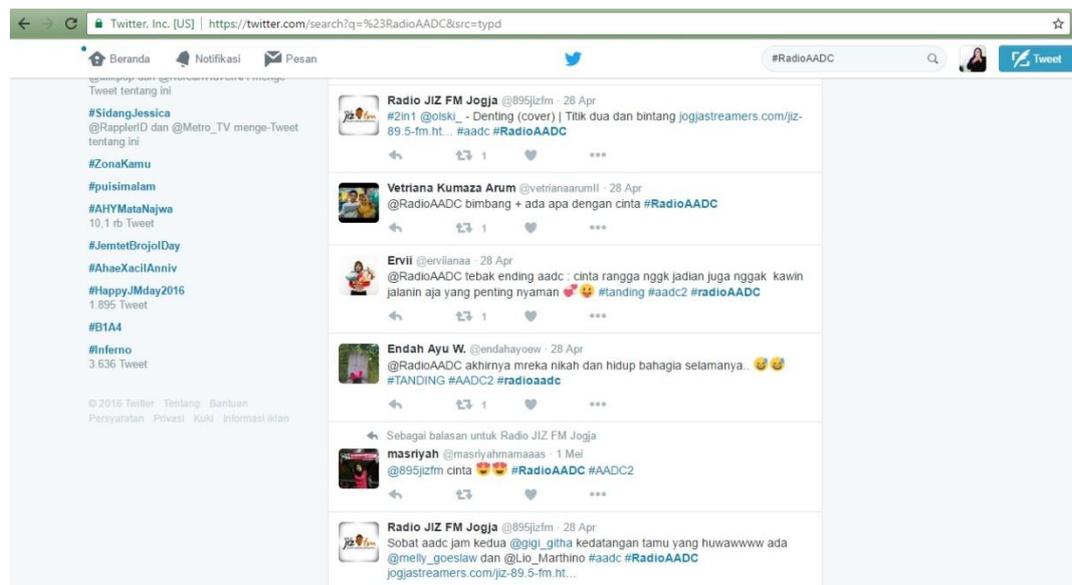
Setiap penyiar diharapkan membuat materi yang berbeda. Hal ini akan membuat pendengar lebih setia menengarkan karena mereka tidak diberi info yang sama. Sehingga mereka dapat menebak-nebak info apa yang akan di sampaikan oleh penyiar.

Materi yang aku bawain selama #radioAADC itu, aku ambil foto puisi nya rangka lalu aku lempar pertanyaan ke sobat AADC. Puisi nya itu aku melihat karya surga dari mata seorang hawa, lalu aku kasih pertanyaan kalau sobat AADC “ kalau kamu jadi cinta kamu mau jawab apa ?”. Jadi aku ngajak mereka buat nulis puisi lagi gitu. Sama aku ngajakin sobat AADC buat *request* lagu pilihan, lalu kasih pertanyaan lagi soal part apa yang paling kamu suka di Ada Apa Dengan Cinta 1 dan Ada Apa Dengan Cinta 2 (wawancara dengan, Aulia, *penyiar* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Sebuah materi yang disampaikan penyiar memiliki efek yang besar untuk mengetahui seberapa antusias para pendengar dengan hal ini.

Antusiasnnya banyak banget, dari mulai retweet, like instagram, sms dan *telphone*. *Request* lagu AADC saat itu juga banyak sekali. Jadi bisa dibilang untuk promo program ini via *online* sangat

membantu (wawancara dengan, Aulia, *penyiar* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 12.** Antusias Pendengar Melalui *Twitter*

(<https://twitter.com/895jizfm/media>)

Menjadi seorang penyiar juga membutuhkan nyali besar. Namun juga banyak pengalaman yang didapat setiap melakukan siaran radio. Setiap penyiar pastinya memerlukan keahlian khusus sehingga dapat membawakan suatu program dengan baik. Pengalam demi pengalaman yang telah dilalui membuat mereka semakin terbiasa membawakan sebuah siaran.

Pengalaman aku pas jadi penyiar program #RadioAADC itu pas ngomongin *idis* nya kan biasanya 89,5 JIZ FM musik pilihanmu diganti menjadi 89,5 FM #RadioAADC itu sulit banget. Tapi pengalaman banget, jadi bisa buat belajar juga. (wawancara dengan, Aulia, *penyiar* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Radio JIZ FM tidak menerapkan sistem dimana penyiar hanya tinggal datang dan menyiarkan sebuah program, namun di radio JIZ FM sistem penyiar mencari materi-materi sendiri sangat diterapkan. Hal itu yang akan membuat sebuah siaran lebih menyenangkan dan apa adanya sebab penyiar sendiri lah yang memilih materi-materi apa yang akan mereka bicarakan. Mereka bisa lebih *relax* dan apa ada nya saat membawakannya.

Materi-materi yang kita buat kan ya kaya *jingle*, promo film AADC, *playlist* lagu, *playlist* siaran, dialog-dialog AADC yang sudah siap siar yang telah di edit. Lainnya kaya info-info ringan sebisa mungkin penyiar yang nyari sendiri, karena di JIZ FM semua penyiar agar aktif tidak hanya aktif saat siaran tapi mereka juga mampu membuat materi siarannya sendiri-sendiri (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Beberapa tahap pra-produksi sebelum produksi harus di susun secara matang agar produksi berjalan dengan lancar dan sesuai dengan rencana.

## B. Produksi

Tahap selanjutnya yang dilakukan setelah pra-produksi adalah produksi. Tahap produksi ini kita melakukan semua yang telah dipersiapkan di tahap pra-produksi. Siaran yang telah di rencanakan mulai dilakukan. Promosi *offline* juga tetap berjalan.

Tahap produksi dalam program #RadioAADC ini kita laksanakan pada tanggal 28 April 2016 bertepatan dengan penayangan perdana film Ada Apa Dengan Cinta 2. Emang dibuat pas tanggal itu kan karna program ini dibuat juga khusus mengapresiasi kan

penayangan film AADC 2 (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Program #RadioAADC hanya satu hari sehingga perlu persiapan yang matang untuk mendapatkan hasil maksimal. Siaran dilakukan dari pagi hingga malam tanpa melupakan program-program tetap radio JIZ FM. Promo *offline* radio JIZ FM juga dilakukan berbarengan dengan produksi #RadioAADC. Promo *offline* yang dilakukan ialah *on ground*.

Produksi nya kan cuma sehari jadi ya kita total sehari itu. Siaran jalan terus tapi kita selain siaran juga ada *on ground* ke jalan, untuk mengingatkan pendengar buat dengerin #RadioAADC di 89,5 FM. Kita biasanya *on ground* di beberapa perempatan lampu merah yang ramai di Jogja (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Siaran program #RadioAADC tetap berjalan, promo *on ground* juga tetap berlangsung dan malam nya juga datang untuk gala *premier* film Ada Apa Dengan Cinta 2. Sehari penuh radio JIZ FM bertelepon AADC dari nama radio, program, hingga aktifitas nya.

Selain *on ground* kita juga menghadiri *premier* film AADC 2 dan ada juga nonton bareng sobat AADC yang udah menang tiket nonton gratis (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).



**GAMBAR 13.** Pemenang Kuis Ada Apa Dengan Cinta  
(<https://twitter.com/895jizfm/media>)

Meskipun program #RadioAADC disiarkan satu hari penuh, namun program #RadioAADC tidak menggeser program-program tetap radio JIZ FM. Program #RadioAADC hanya merupakan sebuah konten program, sehingga program tetap radio JIZ FM tetap disiarkan namun memiliki konten tentang Ada Apa Dengan Cinta 2.

Program #RadioAADC hanya disiarkan selama satu hari penuh. Program pertama itu ada Semangat Pagi penyiarinya Agie dan Mutia. Topik utama tetap AADC tapi untuk Semangat Pagi sudah identik dengan “SARANG” atau Salah Orang, lalu ada lagu-lagu lain selain soundtrack AADC 2, lagu yang sudah kusus dibikin buat

semangat pagi. Info-info tentang lalu lintas Yogyakarta juga di hadirkan di semangat pagi. Program kedua adalah JIZ 48 tidak terlalu berbeda dengan semangat pagi, Aulia Isti merupakan penyiar dari JIZ 48, JIZ 48 juga memberikan informasi-informasi mengenai AADC 2, namun pada program ini identik dengan TIWAW yaitu Titi dan Wawan, yang memberikan sedikit hiburan lucu di sore hari dengan keluguan mereka, lalu kemudian tetap ada informasi lalu lintas di sore hari dan juga informasi yang baru-baru saja terjadi di daerah Jogja baik itu kecelakaan atau event-event yang bersangkutan dengan kota Jogja. Program yang terakhir ialah Jagoan dengan penyiar Gigi Githa. Program jagoan identik dengan memutarakan 30 lagu yang sedang hits saat ini, hal itu juga tetap dilakukan namun lebih di prioritaskan ke pemutaran soundtrack Ada Apa Dengan Cinta, serta ada berbagai informasi artis mancanegara (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

*Team creative* radio JIZ FM selalu membuat program yang unik namun tidak serta merta menghilangkan program-program lama. Sehingga para pendengar tetap dapat mendengarkan program favorite mereka namun juga radio JIZ FM tetap dapat memunculkan ide program yang kreatif.

### C. Pasca – Produksi

Tahap yang terakhir untuk sebuah program ialah pasca-produksi. tahap ini berisikan tentang sistem untuk menyiarkan suatu program, hasil yang diperoleh setelah sebuah program dijalankan, serta hal yang dilakukan se usai melakukan suatu program.

Untuk pasca sih ngga terlalu ribet ya, karena ini kan juga cuma program sehari, jadi laporan atau hal lainnya ngga seribet kalo program harian atau bulanan (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Sistem untuk penyiaran radio JIZ FM memang bisa dibilang berbeda dari yang lain. Sistem ini juga yang mengajarkan para penyiar lebih mandiri lagi serta dapat ilmu dari sebuah siaran.

Ditahap pra-produksi ini *team creative* tidak terlalu ribet, karena di radio JIZ FM sistem nya *live delay on air*, jadi penyiar sendiri lah yang akan mengedit hasil siaran, *mixing* hasil siaran, dan juga langsung *on air* di jam itu juga. Jadi bukan kita siaran dilain hari dulu terus diedit tapi langsung di jam itu juga. Jadi pendengar juga enak dengerinya bisa *live* (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Menggunakan sistem yang berbeda radio lainnya membuat radio JIZ FM lebih memiliki keunggulan dari radio lainnya. Ini yang juga menyebabkan radio JIZ FM tetap dapat mempertahankan eksistensi di industri radio.

Kita ngga biasain penyiar datang langsung tinggal jadi. Tapi kita juga sebisa mungkin mengajari mereka untuk edit suara sehingga lebih muda dan efektif.

Kalo kita biasain gitu dari awal jadi dengan kaya gini kan penyiar juga bisa belajar soal *mixing* dan lainnya. Mereka juga jadi tau ciri khas suara mereka kaya gimana dan cocok nya gimana (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Seusai suatu program dijalankan tidak lantas radio JIZ FM melupakan sesuatu yang menjadi tanggung jawab nya dan hanya bersenang-senang. Seusai program yang harus dilakukan ialah evaluasi program.

Jadi kita pasti ada evaluasi, apa yang didapat pada program ini, hal apa yang belum dilakukan dalam program #RadioAADC, kesalahan apa yang sudah dilakukan. apa solusi dari semua itu kita akan bahas itu pada evaluasi nanti. Kita bakal tau apa-apa saja vaktor penghambat dan vaktor pendukungnya dengan ada nya evaluasi program itu. Setelah evaluasi kan kita juga bisa berbenah lagi untuk program selanjutnya (wawancara dengan, Diki

Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Evaluasi yang dilakukan biasanya juga di tulis secara terinci menjadi sebuah laporan untuk arsip pribadi radio JIZ FM, namun tidak hanya evaluasi saja yang di buat laporan, namun hasil kerja seusai program #RadioAADC juga dibuat sebuah laporan.

Kita bikin laporan semua nya pokoknya. Dari mulai kegiatannya hingga keunangan nya, jadi tau uang keluar dan masuk dimana saja dan dari mana saja. Kegiatan yang kita lakukan selama pra-produksi, produksi hingga pasca produksi itu apa aja. Kita juga buat resume/ portofolio yang nantinya dikirimkan ke berbagai *client*. Supaya mereka tau progres radio JIZ FM apa saja dan juga menambah rasa kepercayaan mereka (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

Tujuan awal membuat sebuah program itu lah yang akan menjadi hal utama yang akan diperoleh. Program #RadioAADC ini sudah dijelaskan bahwa tujuan utama nya menambah pendengar serta mempertahankan pendengar yang telah ada. Namun apabila suatu program yang dilakukan dengan usaha yang keras serta melakukan nya dengan total beberapa hasil yang menjadi tambahan akan ikut menjadi hasil kerja kerasnya.

Jadi dari program #RadioAADC hasil yang diperoleh radio JIZ tentunya pendengar yang bertambah terlihat dari follower *social media* yang bertambah. Beberapa daftar iklan yang masuk dibulan april. Hingga client event juga masuk. Luamayan sih hasilnya walau Cuma sehari program nya (wawancara dengan, Diki Mahardika, *Team Creative* radio JIZ FM Yogyakarta, pada tanggal 16 September 2016).

	JANUARI 2016	FEBRUARI 2016	MARET 2016	APRIL 2016
1	Musica's Studio	Waroeng Steak and Shake	Waroeng Steak and Shake	Waroeng Steak and Shake
2	Pro Mild	Musica's Studio	Energen	GG Mild
3	Mie Sedaap	Antam Logam Mulia	GG Mild	Class Mills
4	Mie Sukses	Mie Sedaap	Aquarius Musikindo	Cerebrovit
5	Jas Jus	Mie Sukses	Cerebrovit	Woods Perment
6	Segar Dingin	Jas Jus	Woods Perment	Diplomat
7	Tea Jus	Segar Dingin	Mie Sedaap	Mie Sedaap
8	Ale-Ale	Tea Jus	Mie Sukses	Mie Sukses
9	Floridina	Ale-Ale	Jas Jus	Jas Jus
10	Teh Javana	Floridina	Segar Dingin	Segar Dingin
11	Teh Rio	Teh Javana	Tea Jus	Tea Jus
12	Top Coffe	Teh Rio	Ale-Ale	Ale-Ale
13	Giv Beauty Soap	Top Coffe	Floridina	Floridina
14	Fres Natural Spay Cologne	Giv Beauty Soap	Teh Javana	Teh Javana
15	Hers Protex	Fres Natural Spay Cologne	Teh Rio	Teh Rio
16	Emeron	Hers Protex	Top Coffe	Top Coffe
17	Zinc	Emeron	Giv Beauty Soap	Giv Beauty Soap
18	Lavenda	Zinc	Fres Natural Spay Cologne	Fres Natural Spay Cologne
19	Zact	Lavenda	Hers Protex	Hers Protex
20	Systema	Zact	Emeron	Emeron
21	Xon Ce	Systema	Zinc	Zinc
22	Telkom Indi Home	Adidas Body Care	Lavenda	Lavenda
23		Xon Ce	Zact	Zact
24		Buka Lapak.Com	Systema	Systema
25		Telkom Indi Home	Adidas Body Care	Adidas Body Care
26			Xon Ce	Xon Ce
27			Buka Lapak.Com	Buka Lapak.Com
28			Telkom Indi Home	Telkom Indi Home

GAMBAR 14. Daftar Iklan Radio JIZ FM (Document radio JIZ FM)

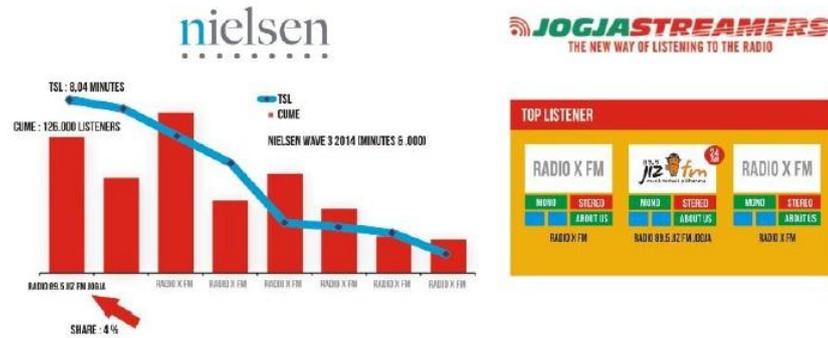
### EVENT

- ANTAM : LAUNCHING BUTIK NULIA YOGYAKARTA
- KALBE FARMA : ROADSHOW XON CE HORE 2016
- KFC : MEET AND GREET WITH LYLA
- WAROENG STEAK : LAUNCHING AND ROADSHOW FOODTRUCK
- ADIDAS : MORNING BASH JOGJA
- KFC : MEET AND GREET WITH VIRZHA
- J ENTERTAINMENT : KONSER REUNI DENWA 19 FEAT ARI LASSO DAN ADA BAND
- POCARI SWEAT : KELUARGA SEHAT POCARI SWEAT SOLO
- HOKBEN : HOKBEN FEST JOGJA
- ADIDAS : MORNING BASH SEMARANG
- KFC : MEET AND GREET WITH ANJI
- POCARI SWEAT : KELUARGA SEHAT POCARI SWEAT JOGJA
- KFC : MEET AND GREET WITH PONGKI BARATA
- 3 : INDIE -
- POCARI SWEAT : TAUSYAH RAMADHAN
- HONDA : ASLI MOTOR ROAD TO SCHOOL
- KFC : MEET AND GREET WITH MARCELL SIHAHAN
- NESCAFÉ : J ROCK LIVE IN CONCERT
- JKT48 : DIRECT SELLING JKT 48
- KFC : MEET AND GREET WITH MAHADEWA
- KONIMEK : PERMENT KIS DANCE COMPETITION
- ADIRA FINANCE : GATHERING 'GEMBA ADIRA'
- POCARI SWEAT : SCHOOL HOLIDAY PROJECT
- TELKOM : FLEXI MOBILE BROADBAND
- COOLANT : ROADSHOW COOLANT BLITZ JOGJA
- KFC : MEET AND GREET WITH ARMADA BAND
- XL : JAGOAN NUDA
- INDO SAT : MOBILE ACADEMY

\*BOKERNEWS EVENT BUKIT DUREH MELILLI | MAIL@BOKERNEWS.COM

GAMBAR 15. Daftar Event Radio JIZ FM (Document radio JIZ FM)

RATING



\*\*TOP LISTENER BAWAI KE AMY SECARA REAL TIME MELALUI: [WWW.JOGJASTREAMERS.COM](http://WWW.JOGJASTREAMERS.COM)

GAMBAR 16. Rating Pendengar Dari Nielsen dan Jogja Streamers (Document radio JIZ FM)

CLIENT



GAMBAR 17. Client Radio JIZ FM (Document radio JIZ FM)

Radio JIZ FM juga menyiapkan beberapa program lanjutan yang akan diselenggarakan setelah ini. Programnya ada yang khusus untuk menyambut ramadhan serta ada juga untuk yang tahun depan menyambut hari kartini.

Kita ada drama radio khusus buat ramadhan judulnya “titik dua dan bintang”. Kita bikin itu buat ngisi waktu pas ngaburit aja. Lalu yang bakal ada dan lumayan besar juga nanti kita di hari kartini tahun depan. Kita udah mulai siapin dari sekarang dan sudah ada beberapa nama-nama artis ternama yang bakalan ngisi juga nantinya (wawancara dengan, Andi Wibowo, *Manager* radio JIZ FM Yogyakarta).

## B. Pembahasan

### 1. Penerapan Strategi Kreatif Program #RadioAADC pada Radio JIZ 89,5 FM Yogyakarta

Dunia industri radio merupakan dunia kreatif. Semua yang tergabung di dalamnya dituntut untuk selalu berfikir kreatif. Kreativitas adalah hasil interaksi antara individu dan lingkungannya, kemampuan untuk membuat kombinasi baru, berdasarkan data, informasi, atau unsur-unsur yang sudah ada atau dikenal sebelumnya, yaitu semua pengalaman dan pengetahuan yang telah diperoleh seseorang selama hidupnya baik itu di lingkungan sekolah, keluarga, maupun dari lingkungan masyarakat (Munandar,1999:12). Suatu hal yang kurang kreatif sangatlah sulit untuk menjadikannya sebuah program radio, karena tujuan utamanya untuk menghibur pendengar setia radio tersebut. Radio mempunyai daya tarik yang kuat disebabkan unsur kata-kata, musik dan *sound effect* (Effendy, 2003;177). Hal ini juga yang mendasari *team creative* radio JIZ FM untuk selalu berfikir kreatif dan *out of the box*. Agar dapat selalu bersaing di industri radio serta dapat terus mempertahankan pendengar setia radio JIZ FM atau sobat JIZ. Dengan adanya program-program yang baru dan *fresh* diharapkan dapat membuat pendengar radio JIZ FM selalu setia mendengarkan radio JIZ FM. *Team creative* dari radio JIZ FM selalu memberikan yang terbaik untuk seluruh pendengar setia radio JIZ FM, terbukti dari *content-content* yang khusus dipilih untuk setiap programnya, dikemas sedemikian rupa agar selalu memberikan manfaat serta

info-info yang pendengar setia radio JIZ FM butuhkan tak lupa juga selalu menghibur.

Strategi menurut A. Ius Y. Triartanto ialah pengelolaan yang matang dengan ditangani secara terarah dan lebih baik, sehingga diharapkan menghasilkan kesuksesan (Triartanto,2010:46). Strategi kreatif yang dilakukan oleh radio JIZ FM untuk menarik pendengar bisa dikatakan berbeda dari radio yang lainnya. Adanya program yang dibuat berdasarkan *content by konteks* akan memberikan warna tersendiri untuk program-program yang dibuat oleh radio JIZ FM. Biasanya radio lain hanya membuat program tetap yang akan disiarkan setiap hari nya, namun radio JIZ FM memiliki program tetap serta program-program *content by konteks* yaitu program yang dibuat berdasarkan isu yang sedang banyak dibicarakan dan sedang berkembang di masyarakat luas. Program #RadioAADC adalah salah satu program yang telah dibuat radio JIZ FM berdasarkan *content by konteks*. Sebelum nya radio JIZ FM juga pernah mengadakan beberapa program yang serupa seperti, “Slank Day” pada tahun 2012 dimana satu hari full dari program pagi hingga malam hari memutar lagu-lagu Slank, “Sheila On 7 Day” adalah program yang tidak jauh berbeda dengan Slank Day, namun Sheila On 7 Day ini dibuat dalam rangka memperingati hari ulang tahun Sheila On 7 pada tahun 2013, “Oneday ID” pada tahun 2015, namun hanya memutar lagu-lagu dari *One Direction* selama sehari penuh untuk mengobati rasa kecewa penggemar *One Direction* yang tidak dapat menonton langsung saat *One*

*Direction tour* ke Jakarta. Namun #RadioAADC ini adalah yang paling optimal, dikarenakan hingga sampai dengan penggantian nama stasiun radio. Program-program tersebut memang sengaja di buat untuk mengapresiasi hal-hal yang sedang dibicarakan di masyarakat.

Strategi kreatif yang dilakukan oleh radio JIZ FM untuk menarik pendengar ialah membuat program yang bertemakan AADC, dimana di bulan April AADC sangat *booming* dan banyak dibicarakan oleh masyarakat. Hal ini membuat *team creative* radio JIZ FM menjadikan nya sebuah program kreatif yang berbeda dari radio lainnya. Dalam program #RadioAADC ini tidak hanya *team creative* saja yang membuatnya, namun juga kerja sama seluruh *team* radio JIZ FM. Mereka berusaha bersama-sama untuk membuat sebuah program yang mampu merebut hati serta perhatian pendengar yang dituju. Strategi kreatif dalam program #RadioAADC ini terletak pada *content-content* didalamnya serta pada waktu penayangannya. Program #RadioAADC dibuat khusus untuk mengapresiasi penayangan perdana film Ada Ada Dengan Cinta 2 yang rilis pada tanggal 28 April 2016 serentak di seluruh bioskop Indonesia. Program #RadioAADC akan menemani pendengar selama seharian penuh untuk bernostalgia kembali dengan film AADC yang pertama sekaligus mendengarkan *soundtrack* terbaru serta mengulas film AADC kedua. Alasan radio JIZ membuat program ini selain radio JIZ FM mengusung program berdasarkan *content by konteks* atau membuat program-program berdasarkan isu yang sedang

berkembang saat ini. Namun tetap memiliki program-program tetap yang menemani pendengar setia JIZ FM setiap harinya.

Program #RadioAADC ditayangkan seharian penuh mulai dari pagi hari hingga malam hari. Pagi hari pada pukul 05.00 hingga 09.00 pada program “Semangat Pagi” dimana program semangat pagi ialah program tetap radio JIZ FM yang tayang setiap hari nya. Penyiar untuk program Semangat Pagi ialah Agie dan Mutia. *Content* utama yang diusung tetap AADC namun untuk Semangat Pagi sudah identik dengan “SARANG” atau salah orang, kemudian ada *playlist* khusus untuk Semangat Pagi serta ada info-info tentang lalulintas kota Jogja di pagi hari. Program kedua adalah JIZ 48 tidak terlalu berbeda dengan semangat pagi, Aulia Isti merupakan penyiar dari JIZ 48, JIZ 48 juga memberikan informasi-informasi mengenai AADC 2, namun pada program ini identik dengan TIWAW yaitu Titi dan Wawan, yang memberikan sedikit hiburan lucu di sore hari dengan keluguan mereka, lalu kemudian tetap ada informasi lalu lintas di sore hari dan juga informasi yang baru-baru saja terjadi di daerah Jogja baik itu kecelakaan atau *event-event* yang bersangkutan dengan kota Jogja. Program yang terakhir ialah Jagoan dengan penyiar Gigi Githa. Program jagoan identik dengan memutarakan 30 lagu yang sedang hits saat ini, hal itu juga tetap dilakukan namun lebih di prioritaskan ke pemutaran *soundtrack* Ada Apa Dengan Cinta, serta ada berbagai informasi artis mancanegara. Soundtrack film AADC 2 akan diputarkan setiap satu jam sekali satu hingga tiga lagu.

Didalam program #RadioAADC tidak hanya dapat *request* lagu, namun juga banyak *content-content* yang telah dipersiapkan oleh *team creative* radio JIZ FM. Info-info menarik seputar AADC, bagaimana antusias nya para penggemar AADC dengan adanya AADC 2 ini, serta masih banyak lagi *content-content* lain yang sudah dipersiapkan oleh *team creative* radio JIZ FM. Info-info yang disajikan ialah semua hal yang berkaitan dengan film AADC, baik yang pertama maupun yang kedua. Dialog-dialog dari AADC pertama juga diingatkan kembali dalam program ini. Puisi-puisi Rangga untuk Cinta ditampilkan kembali agar menjawab rasa kerinduan penggemar AADC. Lagu-lagu AADC pertama diputarkan kembali tentu saja tidak melupakan *soundtrack* terbaru dari AADC 2.

Untuk memeriahkan program #RadioAADC ini radio JIZ FM juga mengadakan *cover* lagu *soundtrack* AADC untuk *band-band* yang ada di Jogja. Beberapa *band indie* Jogja yang ikut berpartisipasi didalamnya seperti, Chik and Soup, Batiga, Olski, Coolkhas, dan Trigve. Nama *band indie* ini sudah lumayan cukup dikenal dikalangan mahasiswa Jogja. Alasan radio JIZ FM mengadakan *cover* lagu *soundtrack* AADC ini tidak lain hanya untuk memeriahkan program #RadioAADC. *band-band indie* tersebut juga sudah memiliki penggemar dikalangan remaja dapat juga meningkatkan jumlah pendengar saat program #RadioAADC disiarkan. Selain *cover* lagu *soundtrack* AADC radio JIZ FM juga mengadakan kuis untuk para pendengar setia radio JIZ FM. Kuis yang di selenggarakan mendapat persetujuan resmi dari team AADC, dikarenakan sebelum melakukan kuis radio JIZ FM sudah

mempersiapkan nya dengan matang yaitu meminta persetujuan atau koordinasi dengan pihak AADC. Sehingga seluruh *merchandise* yang dibutuhkan langsung dari *team* AADC dan seluruh lagu-lagu yang diputar sudah dengan persetujuan Aquarius Musikindo selaku label rekaman.

Sebuah program yang bagus juga tak lepas dari seorang penyiar yang sesuai untuk membawakan program tersebut. Hal ini dikarenakan setiap penyiar memiliki ciri khas tersendiri saat membawakan sebuah program. Penyiar juga memiliki ciri pemilihan *content-content* yang berbeda. Untuk program #RadioAADC *team creative* memilih tetap menggunakan penyiar-penyiar di setiap program tetap radio JIZ FM. Dikarenakan memang program #RadioAADC berada di setiap program-program tetap radio JIZ FM. Kriteria penyiar untuk program #RadioAADC sebenarnya tidak ada, hanya saja penyiar yang membawakan program #RadioAADC tidak boleh salah dalam pengucapan *idis* nya. *idis* ialah sapaan untuk pendengar setia radio JIZ FM dan saat program #RadioAADC disiarkan *idis* nya dirubah dari yang awalnya sobat JIZ diubah menjadi sobat AADC. Kemudian hal lain yang harus dilakukan oleh penyiar ialah membuat materi untuk siaran. Materi-materi yang dibuat sesuai dengan kriteria penyiar sehingga saat menyiarkan tidak canggung dan kaku. Membicarakan materi siaran, materi yang disuguhkan oleh radio JIZ FM untuk program #RadioAADC ini ialah materi yang bersangkutan dengan AADC, apapun itu. Sehingga pendengar juga sangat puas saat mendengarkan radio JIZ FM dikarenakan semua materi yang disediakan sesuai keinginan mereka yaitu bertema AADC yang saat itu

sedang dinanti-nantikan oleh masyarakat. Bahasa yang digunakan saat siaran bahasa sehari-hari yang sopan dan anak muda karena radio JIZ FM mengusung *brand value fun, young, local*. Penyiar juga tidak akan kaku membawakan program nya.

## **2. Langkah-langkah penyusunan dan produksi Strategi Kreatif Program #RadioAADC pada Radio JIZ 89,5 FM Yogyakarta**

Strategi kreatif merupakan hal yang sangat dibutuhkan saat pembuatan program berlangsung. Strategi kreatif merupakan awal dari semua program-program kreatif yang telah dibuat. Menurut A. Ius Yudo Triartanto Strategi adalah suatu cara atau kiat untuk mencapai suatu tujuan tertentu masalah (Triartanto,2010:72-168). Diperlukan strategi setiap ingin membuat sesuatu hal, karena dengan strategi yang matang sesuatu yang kita buat akan lebih maksimal. Menurut Soenarto (2007) Strategi kreatif ialah hasil terjemahan dari berbagai informasi mengenai produk, pasar, dan konsumen sasaran, ke dalam suatu posisi tertentu didalam komunikasi yang kemudian dipakai untuk dapat merumuskan suatu tujuan.

Dengan demikian akan adanya tahap-tahap dalam pembuatan program serta berfikir kreatif itu sendiri. hal ini dilakukan semata-mata untuk membuat program yang layak, mengedukasi, dan memberikan info-info yang sesuai dengan kebutuhan pendengar. Pembuatan suatu program radio tidak luput dari pesan-pesan yang mendukung program tersebut agar menjadi sebuah program yang dapat sukses dipasaran.

Setelah merencanakan program atau setelah berfikir kreatif program apa yang ingin dibuat dan di realisasikan saat nya *team creative* masuk ketahap produksi program. Untuk tahap ini memang cukup panjang, menurut wibowo (1997: 20-23) Tahapan-tahapan pelaksanaan produksi program #RadioAADC ialah sebagai berikut :

a. Pra-Produksi (perencanaan dan persiapan)

Perencanaan merupakan bagian dari *standar operasional procedure* (SOP), produksi siaran yang harus selalu dipatuhi oleh setiap broadcaster, yang meliputi

1. Penemuan Ide :

Tahap menemukan ide atau gagasan, serta membuat riset, membuat naskah.

Menurut Walls (dalam Suryosubroto, 2009: 221-222) menyatakan bahwa dalam analisis proses kreatif dibedakan menjadi empat fase, yaitu fase persiapan, fase inkubasi, fase inspirasi dan fase revisi. Fase-fase tersebut diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

- a. fase persiapan pada fase ini merumuskan masalah dan mengemukakan ide-ide yang relevan atau mencoba-coba yang sesuai. *Team creative* radio JIZ FM melakukan beberapa kali *brainstorming* untuk menemukan ide-ide pembuatan program. Setiap pembuatan program baru hal ini selalu dilakukan oleh *team* dari radio JIZ FM. Walaupun hal ini tidak bersifat formal.
- b. fase inkubasi fase individu menyusun kembali dan mengetes ide-ide atau percobaannya, selain itu individu-individu juga benar-benar melibatkan diri.

Beberapa ide yang telah di dapat dari beberapa kali brainstorming akan di tes kembali mana yang benar-benar layak untuk dijadikan program kreatif. Karena tidak semua ide akan dijadikan program yang benar-benar sesuai dengan *konteks* saat itu saja yang akan benar-benar dibuat program.

- c. fase inspirasi pada fase ini individu secara tiba-tiba muncul ide tentang tema. Untuk fase ini setelah ide-ide yang didapat dites dan mendapatkan hasil mana yang paling sesuai untuk dijadikan program akan ada tema atau ide baru yang akan muncul untuk lebih mematangkan ide yang sudah dipilih tadi. Sehingga ada beberapa hal baru yang mungkin lebih *fresh* yang dapat ditambah kan didalam nya.
- d. fase revisi pada fase ini individu memikirkan, mengevaluasi, menyusun rencana penyelesaian secara kritis. Untuk tahap akhir penemuan ide ada fase revisi ide-ide yang telah disusun untuk menjadi program di olah kembali untuk melihat mana yang benar-benar perlu digunakan untuk pembuatan program mana yang tidak seingga program yang dijalankan dapat lebih matang lagi persiapannya. hal ini radio JIZ FM juga melakukan nya sehingga

untuk persiapan penemuan ide nya saja membutuhkan beberapa waktu untuk menjadikannya lebih matang lagi dan dapat masuk ke tahap berikutnya.

Dalam tahap ini *team creative* dan *manager* serta beberapa *crew* yang ada di radio JIZ FM melakukan *brainstorming* untuk menemukan ide apa yang sesuai dibuat program berdasarkan isu-isu yang berkembang saat ini di kalangan masyarakat.

2. *Planning* : *Planning* (perencanaan) ialah penetapan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan (Terry (2010: 9). Tahap menetapkan jangka waktu kerja (*time schedule*), estimasi biaya, penyediaan biaya, lokasi, segmentasi, target *audiens* (wibowo, 1997:20-23). Perencanaan produksi paket acara produksi melalui diskusi kelompok oleh *team creative* bersama para pelaksana siaran lainnya. Hasil *planning* berupa proposal yang memuat nama acara, target pendengar, tujuan dan target, penempatan siar, sumber materi kata dan musik, durasi, biaya produksi, promosi, serta para *crew* yang akan terlibat dalam produksi seperti produser, presenter, operator dan penulis naskah (Masduki,2005:45). Radio JIZ FM juga telah membuat SOP sesuai yang diwajibkan, namun untuk setiap program yang di

laksanakan tidak semua dicetak dan dibuat sebuah proposal, yang menjadi sebuah proposal ialah proposal *profile* radio JIZ FM, namun didalam nya sudah lengkap dengan program-program yang telah dijalankan serta info-info mengenai pendengar dan *client* yang saat ini bekerja sama dengan radio JIZ FM. Namun untuk nama acara, target pendengar, penempatan siar, sumber materi kata dan musik, durasi dan lainnya *crew* yang ada di radio JIZ FM memiliki bentuk laporan tersendiri walaupun tidak berbentuk proposal. Dalam tahap perencanaan ini radio JIZ FM sudah mempersiapkan nya, tidak hanya ide saja yang dimatangkan namun untuk urusan biaya, target, segmentasi dan lainnya yang berhubungan dengan perencanaan juga dipersiapkan. Estimasi biaya biasanya dibuat oleh team keuangan radio JIZ FM tentu juga dengan *team creative* karena team creative lah yang lebih tau apa saja yang akan dibutuhkan saat program berlangsung nantinya dan selanjutnya akan di berikan kepada *manager* radio JIZ FM untuk mendapatkan persetujuan. Untuk target dan segmentasi radio JIZ FM lebih tetap berada di jalur sesuai target pendengar dan segmentasi yang sudah ditetapkan dari awal.

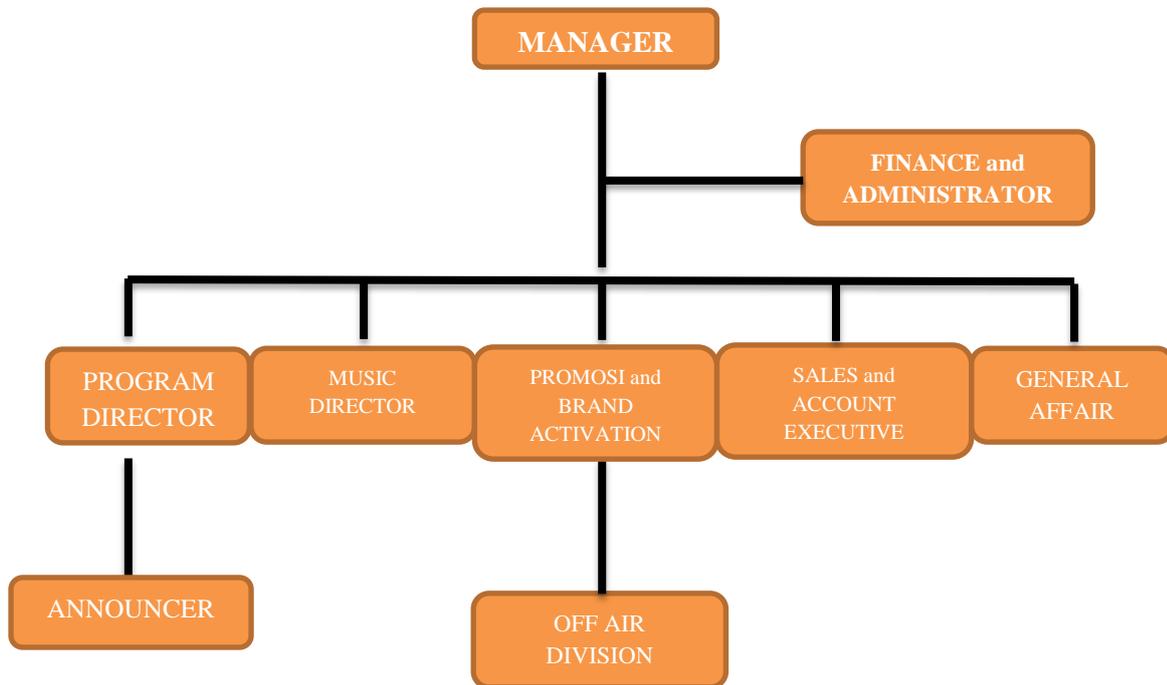
Adapun aspek perencanaan meliputi:

a) Apa yang dilakukan ?

Aspek ini dari *team creative* juga membuat apa saja yang akan dilakukan saat program berlangsung, seperti siaran akan dilakukan dari jam berapa hingga jam berapa, kemudian on ground dilakukan dimana saja dan siapa saja yang akan langsung terjun ke lapangan, lalu siapa yang akan menerima tamu atau sobat AADC yang datang apabila ingin mengambil *voucher* nonton AADC atau hadiah kuis AADC lainnya. sehingga nanti ada sedikit *breafing crew* untuk pembagian tugas, apa yang akan mereka lakukan selama program #RadioAADC berlangsung.

b) Siapa yang melakukan?

Aspek kedua ini lebih ke penjelasan *jobdesk* ke pada seluruh *crew* radio JIZ FM. Hal ini dilakukan agar tidak adanya penumpukan job pada salah satu orang saja. Untuk hal ini pembagian rinci di radio JIZ FM tidak terlalu di detailkan karena dengan jumlah crew yang tidak teralu banyak sehingga biasanya langsung menempatkan diri ke masing-masing *jobdesk*.



**Bagan 2.** Struktur Organisasi JIZ FM Jogja

(<http://www.895jizfm.com/penelitian>)

Sesuai dengan bagan diatas untuk setiap program radio JIZ FM tidak pernah merubah *jobdesk*, selalu sama dengan bagan yang telah ada, namun untuk yang *off air division* akan ada beberapa tambahan crew yang biasanya adalah anak magang yang ada di radio JIZ FM.

c) Di mana akan melakukan?

Biasanya untuk menentukan dimana kita akan melakukan *on ground* untuk mempromosikan program yang akan di laksanakan. Sehingga masyarakat dapat lebih tau dan mendengarkan radio JIZ FM. Untuk *on ground* biasanya

dilakukan sekitar 2-3 orang per-perempatan yang ada di daerah Yogyakarta seperti perempatan Gejayan, perempatan Nol Kilometer, perempatan Wirobrajan dan masih banyak lagi. Namun untuk setiap *on ground* tidak harus selalu pada lokasi yang sama dan *crew* yang sama, karena biasanya manager radio JIZ FM akan melakukan briefing sehari sebelum *on ground* untuk siap saja yang akan melakukan *on ground*, biasanya yang lebih sering adalah anak magang yang ada di radio JIZ FM. Untuk tata urutan *on ground* sebenarnya sangat simple, kita hanya membentangkan poster yang bertuliskan “Jangan lupa dengarkan #RadioAADC pada stasiun radio 89,5 FM #RadioAADC” selama kurang lebih minimum satu jam di perempatan yang telah di sepakati kemudian mengambil foto bahwasanya kita sudah melakukan *on ground*.

d) Apa saja yang diperlukan agar tercapainya tujuan dapat dilakukan?

Untuk bagian aspek ini lebih mengarah ke strategi apa yang akan di pakai untuk membuat para pendengar antusias mendengarkan program yang telah dibuat. Dapat dengan promosi yang unik atau dengan kuis-kuis yang diadakan. Biasanya pembuatan *design* untuk poster dan lainnya juga masuk kedalam aspek ini karena itu salah satu upaya untuk mencapai

tujuan yang diinginkan. Postingan di sosial media yang kreatif dan unik juga dapat menarik perhatian para pendengar.

e) Bagaimana melakukannya?

Selain upaya pembuatan *design* dan lainnya, yang sangat diperlukan ialah terjun kedalam masyarakat dan mempromosikan program tersebut yaitu dengan cara *on ground*, sosial media dan dapat juga dari mulut ke mulut. Setiap tujuan yang ingin dicapai selalu ada usaha yang mengiringinya, usaha-usaha yang dilakukan oleh radio JIZ FM untuk mencapai tujuan tersebut ada beberapa diantaranya ada *On ground* turun ke jalan-jalan untuk mempromosikan program yang dilaksanakan, sebelum melakukan *on ground* tentunya *team creative* radio JIZ FM membuat *design* untuk banner, poster, atau sekedar untuk *gimmick* di sosial media. Tidak hanya *on ground* namun biasanya juga ada kuis, atau *games-games* unik yang sudah dipersiapkan oleh *team creative* radio JIZ FM. *On ground* biasanya dilakukan di perempatan-perempatan lampu merah di Jogja, namun untuk program #RadioAADC ini kurang menyeluruh *on groundnya*, hanya beberapa perempatan lampu merah saja, mungkin dapat di tambah lagi nantinya sehingga lebih maksimal lagi (Suharsimi Arikunto, 1993: 38).

3. *Collecting* : pencarian dan pengumpulan materi musik dan kata yang dibutuhkan termasuk menghubungi calon narasumber jika acaranya berupa *talk show*. Sumber materi dapat berasal dari perpustakaan, media massa, atau wawancara dilapangan. Hasil *collecting* berupa setumpuk materi siaran yang memadai dan siap untuk di olah untuk produksi acara (Masduki,2005:45). Untuk tahap ini *team creative* radio JIZ FM yang membuat program #RadioAADC memiliki sumberlain untuk membuat materi. Materi-materi yang dipersiapkan seperti potongan video dialog AADC 1, dialog ini diperoleh dari youtube kemudian diedit sendiri oleh *team creative*. Kemudian *playlist* lagu untuk siaran, biasanya untuk *playlist* lagu di radio JIZ FM memang sudah dibuat sebelum siaran sehingga para penyiar tidak sulit lagi untuk mengatur *playlist* yang akan diputarkan. Serta untuk materi lainnya sebagai tambahan para penyiar membuatnya sendiri sehingga lebih sesuai dengan karakter mereka. Narasumber untuk program #RadioAADC ini ialah Melly Goesllaw, saat itu *crew* AADC sedang *tour* ke jogja dan juga mengunjungi radio-radio yang ada di jogja sehingga langsung saja di panggil untuk ngobrol-ngobrol dan juga untuk mengisi suara untuk promo film, *jingle* dan *idis*. .

4. *Writing* : seluruh materi yang diperoleh kemudian diklasifikasikan untuk selanjutnya ditulis secara utuh dalam kalimat yang siap dibaca atau disusun sedemikian rupa yang dirangkai dengan naskah pembuka-penutup siaran atau naskah selingan. Penulis naskah mengerjakan tugasnya sehingga menghasilkan naskah siaran yang telah diketik dengan rapi dan siap untuk dibacakan dalam siaran (Masduki,2005:45). Untuk naskah siaran radio JIZ FM hanya membuat untuk narasumber, itupun juga hanya naskah pendek untuk dibacakan apabila narasumber diminta untuk membuat *idis*, *idis* yaitu sapaan untuk pendengar kalau di radio JIZ FM sapaan nya “sobat JIZ”. Naskah untuk penyiar tidak pernah ada karena memang radio JIZ FM mengusung siaran yang *live delay* sehingga semua penyiar di tuntut untuk spontan saat siaran sehingga tidak memerlukan naskah untuk setiap siaran. Karena materi sebagian juga penyiar yang mencari sendiri sehingga untuk siaran mereka tidak canggung lagi karena materi yang mereka bawakan sesuai dengan karakter mereka sendiri-sendiri.
5. *Persiapan* : tahap pembersihan semua kontrak, perizinan, dan surat menyurat. Setelah ide di temukan tahap ini yang selanjutnya dilakukan yaitu mencari bahan-bahan untuk pematangan program, pembuatan *playlist* untuk siaran, materi-

materi, dan *jingle*. Untuk kontrak dan perizinan hanya dilakukan dengan pihak Aquarius Musikindo untuk pemutaran lagu dan beberapa *merchandise* untuk hadiah kuis.

**Tabel 2.** Data Operasional Tahap Produksi Program #RadioAADC

No	Tahap Produksi	Content	Hasil
1.	Penemuan ide dan Fase Inspirasi		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penemuan ide pembuatan program #RadioAADC.</li> <li>- Ide baru untuk mengganti nama radio, panggilan pendengar setia hingga <i>username</i> sosial media menjadi bertema AADC.</li> </ul>
2.	Perencanaan dan <i>Collecting</i>	<i>Talkshow</i> langsung dengan Melly Goesllaw	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pengaturan jadwal kedatangan Melly Goesllaw.</li> <li>- Memasukan hasil <i>talkshow</i> kedalam <i>playlist</i> yang akan diputarkan saat siaran.</li> </ul>
		Dialog serta puisi AADC 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pencarian materi melalui youtube.</li> <li>- Proses editing</li> </ul>

			<p>vidio dialog serta puisi AADC 1.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Memasukan ke dalam <i>playlist</i> yang akan diputarkan saat siaran.</li> </ul>
		<p><i>Soundtrack</i> AADC 1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerjasama dengan Aquarius Musikindo untuk lagu-lagu soundtrack.</li> <li>- Memasukan ke dalam <i>playlist</i> yang akan diputarkan saat siaran.</li> </ul>
		<p>Kuis</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kerjasama dengan pihak AADC untuk hadiah serta <i>merchandise</i>.</li> <li>- Pembuatan rule kuis serta pertanyaan kuis.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan tanggal pengumuman pemenang serta pengambilan hadiah.</li> </ul>
3.	Writing	<i>Talkshow</i> langsung dengan Melly Goesllaw	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Penulisan <i>Idis</i> untuk dibacakan oleh Melly Goesllaw.</li> </ul>
		Dialog serta puisi AADC 1	-
		<i>Soundtrack</i> AADC 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan surat kontrak dengan pihak Aquarius Musikindo.</li> </ul>
		Kuis	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pembuatan surat kontrak dengan pihak AADC.</li> <li>- Pembuatan pertanyaan untuk kuis.</li> </ul>

## b. Produksi

Produksi radio adalah seluruh kegiatan yang dapat dilakukan/disiarkan secara langsung (*on air*) atau tidak langsung (*off air*) (Wahyudi,1994:27). Baru sesudah perencanaan dan persiapan selesai betul, pelaksanaan produksi dimulai. Dimana tahap ini siaran dilakukan dari pagi hingga malam sesuai jadwal yang sudah dibuat. Siaran yang dilakukan sesuai ketentuan yang sudah dibuat oleh *team creative* saat tahap pra-produksi. proses siaran yang dilakukan dari mulai program pertama itu ada Semangat Pagi dengan penyiar Agie dan Mutia. Topik utama yang dibahas tetap AADC tapi untuk Semangat Pagi sudah identik dengan “SARANG” atau Salah Orang, lalu ada lagu-lagu lain selain *soundtrack* AADC 2, lagu yang sudah kusus dibuat untuk semangat pagi. Info-info tentang lalulintas Yogyakarta juga di hadirkan di semangat pagi. Program kedua adalah JIZ 48 tidak terlalu berbeda dengan semangat pagi, Aulia Isti merupakan penyiar dari JIZ 48, JIZ 48 juga memberikan informasi-informasi mengenai AADC 2, namun pada program ini identik dengan TIWAW yaitu Titi dan Wawan, yang memberikan sedikit hiburan lucu di sore hari dengan keluguan mereka, lalu kemudian tetap ada informasi lalu lintas di sore hari dan juga informasi yang baru-baru saja terjadi di daerah

Jogja baik itu kecelakaan atau event-event yang bersangkutan dengan kota Jogja. Program yang terakhir ialah Jagoan dengan penyiar Gigi Githa. Program jagoan identik dengan memutarakan 30 lagu yang sedang hits saat ini, hal itu juga tetap dilakukan namun lebih di prioritaskan ke pemutaran *soundtrack* Ada Apa Dengan Cinta, serta ada berbagai informasi artis mancanegara. Karena memang program #RadioAADC hanya disiarkan satu hari saja jadi team creative juga membuat nya sangat total di hari produksi itu juga ada on ground ke beberapa perempatan lampu merah di daerah jogja untuk memberitahukan ke masyarakat untuk mendengarkan #RadioAADC pada tanggal 28 April 2016 di 89,5 FM. Lalu juga ada menghadiri premier pemutaran perdana film AADC dengan pemenang-pemenang tiket kuis AADC. Beberapa hal itu dilakukan dalam satu hari saat disiarkanya program #RadioAADC. Tahap produksi ini radio JIZ FM sudah melakukan semua hal yang harus nya dilakukan saat produksi. Persiapan yang matang selama beberapa bulan juga mempengaruhi saat produksi berlangsung. Untuk *on ground* mungkin harusnya di tambah lagi lokasi-lokasi nya, dan juga tidak hanya membawa spanduk namun juga seharusnya membawa *souvenir* untuk menarik para pendengar. Karena saat program #RadioAADC *on ground* nya hanya beberapa

perempatan lampu merah di daerah Jogja. Langkah-langkah untuk mengembangkan gagasan orisinal tadi ke rangkaian unsur-unsur audio-visual tersebut di dalamnya yang dinamakan tatacara produksi atau *production* atau yang sering disebut pula dengan produksi. (Effendy, 1993 : 79). Dalam proses produksi suatu program, ada 2 cara yang bisa digunakan, yaitu:

1. *Live* atau siaran langsung

Suatu program yang disiarkan secara langsung, biasanya dimulai dan diakhiri sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.

2. *Taping* atau rekaman

Siaran rekaman merupakan siaran yang proses produksinya dilakukan dahulu baru kemudian pada hari berikutnya disiarkan (FR. Sri Sartono, 2008 : 160).

Radio JIZ FM mengusung format siaran *live delay* sehingga radio JIZ FM menggunakan proses produksi *live*, karena radio JIZ FM ingin pendengar setia dapat selalu mendengarkan siaran langsung bukan siaran *taping*. Hal itu merupakan salah satu upaya radio JIZ FM untuk mempertahankan pendengar setia radio JIZ FM. Program siaran di radio sangat banyak dan beragam kemasannya lima diantaranya adalah, produksi siaran

berita dan informasi, iklan, *jinggel*, *talk show*, interaktif, info-hiburan (Masduki, 2005: 69). Sehingga radio JIZ FM selalu berusaha menyuguhkan program-program yang mencakup semua hal itu, tidak selalu hanya mengunggulkan untuk memutar lagu-lagu saja. Untuk program #RadioAADC juga berusaha selalu menyuguhkan talk show, interaktif dan info-info hiburan dikarenakan agar pendengar tidak hanya dapat mendengarkan lagu-lagunya saja namun juga dapat selalu update info terkini melalui radio JIZ FM. Hal itu juga merupakan upaya agar pendengar setiap radio JIZ FM tidak bosan dengan program yang disuguhkan. Iklan yang ada di radio JIZ FM di kemas dan diatur sedemikian rupa oleh team creative radio JIZ FM agar terlihat lebih menarik namun tidak terkesan radio yang hanya iklan saja isinya, sehingga para pendengar setia radio JIZ FM tetap dapat dengan nyaman mendengarkan radio JIZ FM tanpa kesal dengan banyaknya iklan karena iklan memang diputar dalam satu waktu. Jingle yang dibuat oleh radio JIZ FM juga selalu bervariasi biasanya selain dari penyiar sendiri juga dari para artist ibukota yang sedang singgah di radio JIZ FM. Talk show yang dilakukan oleh radio JIZ FM juga beraneka ragam tidak selalu hanya dengan artist saja namun juga sering adanya talkshow dengan badan pemerintahan, pendidikan dan masih banyak

lagi. Hal itu juga merupakan upaya radio JIZ FM untuk menyampaikan informasi yang mengedukasi para pendengar setia radio JIZ FM. Untuk program #RadioAADC kemarin juga ada talkshow dengan Melly Goesllaw langsung untuk membicarakan film AADC 2 yang akan segera tayang di bioskop. Para pendengar setia radio JIZ FM dapat langsung mendapatkan info mengenai film AADC dengan diadakannya *talkshow* langsung dengan Melly Goesllaw.

### c. Pasca – Produksi

Pasca produksi adalah proses evaluasi setelah program selesai disiarkan kepada pendengar bersama team produksi untuk pengembangan lebih lanjut meliputi apa saja yang menyangkut materi, teknis, kordinasi tim, dan sebagainya. Pada tahap ini juga menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai oleh stasiun penyiaran (Morissan, 2009:314). Tahap setelah tahap produksi, tahap evaluasi program. Tahap ini para *crew* radio JIZ FM melakukan evaluasi program dimana mereka melihat apa yang kurang dari program yang mereka buat, melihat kelebihan dari program yang mereka buat, untuk menjadi acuan saat membuat program lain di maa mendatang. Tahap ini juga dapat kita ketahui apakah sesuai tujuan dan target atau tidak dan apa yang harus dibenahi lagi.

Terdapat jenjang-jenjang pada proses evaluasi yaitu sebagai berikut :

#### 1. Per Acara

Hal ini dilakukan secara langsung usai disiarkan, melibatkan penyiar, pengisi acara, operator dan pihak yang berhubungan dengan pembuatan program. Pada radio JIZ FM untuk evaluasi per acara biasanya dilakukan hanya beberapa orang saja *team creative* dan manager lalu penyiar yang dibahas untuk per acara ini lebih mengevaluasi

tentang siaran yang dilakukan oleh penyiar apakah ada kesalahan atau tidak saat menyiarkan program yang dibawakan. Kalau untuk konten biasanya tidak terlalu banyak di evaluasi saat evaluasi per acara.

## 2. Per Divisi

Hal ini dilakuka oleh divisi program, musik, berita, maupun talkshow, dilakukan mingguan atau bulanan, melibatkan kepala divisi dan pelaksana program. Radio JIZ FM utunk semua program hanya depagang oleh *team creative* sehingga tidak ada divisi program untuk musik, berita, maupun *talkshow*, sehingga apabila ada evaluasi per divisi hanya *team creative* dan managar saja tidak ada perwakilan perdivisi dikarenakan radio JIZ FM semua program dipegang dan dibuat oleh *team creative*.

## 3. Antar Divisi

Evaluasi menyeluruh dilakukan bulanan atau tahunan, yang melibatkan seluruh pekerja di stasiun radio. Evaluasi menyeluruh ini akan diikuti seluruh divisi yang ada di radio JIZ FM, biasanya akan membahas tentang keuangan, iklan yang masuk, target tahunan atau bulanan, kenaikan pendengar atau *followers* sosial media, promosi dan *brand actvation*, dan *event-event off air*. Hal ini dilakukan agar radio JIZ FM mengetahui apa yang kurang dan apa yang

bagus untuk menjadi acuan kedepannya lagi (Okdiana, 2013:34)

Evaluasi bertujuan untuk mengukur kekurangan materi atau kemasan acara, mengukur disiplin dan kreatifitas pelaksana acara, mengukur dampak acara dan reaksi pendengar dan sebagai pembelajaran. Untuk proses *editing* dan *mixing* radio JIZ FM dilakukan langsung oleh penyuar program, karena radio JIZ FM merupakan radio *yang live delay* jadi untuk editing dan mixing dilakukan oleh penyiar langsung pada saat program disiarkan, sehingga pendengar setia juga langsung bisa menikmati program yang dibuat karena langsung live, tidak sirekan terlebih dahulu dan beberapa harikemudian baru disiarkan. Itu juga merupakan upaya radio JIZ FM untuk memeperthankan pendengar, serta untuk membuat pendengar merasa puas akan program-program yang disiarkan oleh radio JIZ FM, dengan begitu akan didapatkan kepercayaan dari pendengar. Tahap yang dilakukan oleh radio JIZ FM sedikit berbeda dari radio lainnya, yang biasanya radio lain pada tahap pasca produksi ada tahap editing dan mixing namun pada radio JIZ FM hal itu dilakukan bebarengan denga tahap produksi, dikarenakan radio JIZ FM mengusung format siaran *live delay*, sehigga yang melakukan editing serta *mixing* ialah langsung penyiar yang saat itu sedang bertugas, sehingga para penengar tak perlu mendengarkan siaran yang sebelumnya telah di reka, namun

dapat langsung mendengarkan siaran saat itu juga. Hal itu juga merupakan keunggulan dari radio JIZ FM sendiri dibanding radio-radio lain yang biasanya melakukan siaran sehari sebelum nya.