

BAB III

SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. SAJIAN DATA

Pada bab tiga ini penulis akan menyajikan data mengenai strategi kreatif program *Your Friends (in the morning)* pada stasiun radio Swaragama FM Yogyakarta. Perencanaan program sangat penting bagi stasiun radio dimanapun, karena tanpa perencanaan program yang baik dan matang acara atau program yang diproduksi oleh stasiun-stasiun radio tidak dapat berjalan dengan baik.

Data dari penelitian ini diambil dari hasil wawancara dengan Direktur Program dari stasiun radio Swaragama FM Yogyakarta yaitu Boma Ardhian, *Creative Content* yaitu Andin Rahmana dan penyiar sekaligus tim kreatif dari program *Your Friends (in the morning)* yaitu Arya Chandra, Alya Prafita, Kiran Hernanda. Alasan memilih informan tersebut karena mereka adalah orang-orang yang memiliki peran sangat penting pada program *Your Friends (in the morning)* dan dapat memberikan jawaban atas penelitian yang dilakukan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana strategi kreatif program *Your Friends (in the morning)* pada radio Swaragama FM Yogyakarta.

Pada bagian sajian data ini penulis akan memaparkan hasil dari wawancara bersama informan penelitian yaitu Boa Ardhian selaku Direktur Program, *Creative Content* dari program *Your Friends (in the morning)* yaitu Andin Rahmana. Dari

jawaban informan tersebut nantinya akan diolah untuk mendapatkan hasil dari penelitian ini.

1. Perencanaan Acara Your Friends (in the morning)

Merancang sebuah program harus benar-benar matang, agar pada saat proses produksi sampai program tersebut berjalan akan disukai oleh pendengar. Setiap stasiun radio memiliki tim produksi yang bertugas merancang sebuah program lalu memproduksi hingga program tersebut berjalan atau disiarkan. Seperti halnya tim produksi dari Your Friends (in the morning) ini.

Tim produksi dari program Your Friends (in the morning) terdiri dari:

- a) Andin Rahmana (*creative content, penyiar content*)
- b) Arya Chandra (produser, penyiar utama)
- c) Alya Prafita (*news produser, penyiar content*)
- d) Kiran Hernanda (*event activator, penyiar content*)

Dalam proses perencanaan tim produksi dari program ini melakukan riset atau pencarian data yang akan diolah menjadi naskah. Pencarian data dilakukan secara bersama-sama, dalam program ini tim produksi mempunyai tugas yang berbeda-beda, misalnya Andin Rahmana tugasnya memegang penuh seputar program ini, mulai dari pemilihan segmentasi pendengar, targeting, pemilihan lagu, sampai pada penempatan *content-content* yang ada didalam program ini.

Alya Prafita tugasnya adalah *news produser*, mempersiapkan berita-berita yang akan disampaikan setiap program ini siaran. Masing-masing dari tim

produksi mempunyai tugas yang harus dimaksimalkan agar program ini bisa terus berjalan dengan baik selama proses produksi hingga program ini disiarkan. Dalam perencanaan program ini ada beberapa tahapan yang harus dipersiapkan yaitu, Penentuan Tema Acara, Pemilihan tema atau topik dari program ini disesuaikan dari apa yang sedang menjadi trending topik saat ini, karena disesuaikan dari target pendengar dari program ini yaitu remaja dewasa ber umur 17-30 tahun. Pada umumnya pendengar berumur 17-30 tahun menyukai hal-hal atau info yang sedang hangat menjadi perbincangan. Diskusi untuk memilih tema acara setiap harinya dilakukan oleh tim produksi dari program ini sehari sebelum acara tersebut disiarkan, bahkan terkadang diskusi dilakukan satu jam sebelum program ini di siarkan.

Seperti yang dikatakan oleh konseptor dari program ini, walaupun dengan perencanaan pemilihan tema dengan cara spontan tersebut, tim produksi tetap mengemas atau membawakan tema tersebut agar tetap menarik untuk didengarkan. Setelah menetapkan tema untuk program yang dibawakan, setiap program harus memiliki nama yang unik dan memiliki nilai khas tersendiri. Nama program juga berkaitan dengan konsep program yang dibawakan.

Konsep yang diterapkan pada program Your Friends (in the morning) ini, program pagi hari yang bertujuan untuk menjadi teman pendengarnya menjalani aktifitas awal pagi hari. Your Friends (in the morning) sendiri yang memiliki arti temanmu dipagi hari seperti yang diungkapkan oleh *creative content* dari

program ini. Dengan nama ini diharapkan program yang menjadi bagian dari keseharian dan sebagai teman. Setelah nama program sudah ditentukan, maka selanjutnya menyiapkan materi apa yang akan dibawakan atau disiarkan program ini. Materi acara menyesuaikan dari konsep awal program ini, materi acara harus dipersiapkan sematang mungkin agar pada saat proses produksi semua berjalan dengan baik. Seperti yang diterapkan pada program ini, materi yang dibawakan atau disiarkan mengangkat fenomena-fenomena atau berita yang sedang hangat diperbincangkan.

Hasil wawancara penulis kepada *creative content* program ini yaitu Andin Rahmana hasilnya adalah, untuk waktu siar dari program Your Friends (in the morning) ini yaitu pagi hari, karena program ini memang dirancang untuk menjadi program pagi hari atau *morning show* dengan karakter sebagai teman untuk menemani pendengarnya yang sedang melakukan aktivitas pada pagi hari, dikarenakan konsep awal dari program ini memang untuk pagi hari, karena waktu siar berpengaruh terhadap konsep awal dari sebuah program itu sendiri.

Lalu untuk durasi siarnya sendiri, program Your Friends (in the morning) ini telah ditetapkan disiarkan selama empat jam, dengan pertimbangan banyaknya *content* yang ada dalam program ini dibagi dengan porsi yang pas dan dengan perincian atau pembagian pendengar yaitu, , 05.00-07.00 : 50 % Pelajar- 40 % Mahasiswa - 10 % Umum. 07.00-09.00 : 70 % Mahasiswa - 30 % Umum

Senerti yang diungkapkan oleh *creative content* dari program ini. Kriteria penyiar

dari program *Your Friends (in the morning)* ini adalah penyiar yang berkarakter mampu membawakan berbagai jenis program, dalam artian mampu membawakan program dengan waktu siar pagi hari ataupun program dengan waktu siar malam hari, karena waktu siar sangat mempengaruhi pembawaan ataupun gaya siaran seorang penyiar. Seperti yang diungkapkan oleh *creative content* dari program *Your Friends (in the morning)* berikut ini. Untuk alasan jumlah penyiar yang membawakan program *Your Friends (in the morning)* ini dikarenakan ingin berbeda dengan program yang dimiliki atau diproduksi oleh stasiun-stasiun radio lain yang hanya satu orang atau dua orang saja yang membawakan programnya.

Gaya siaran seorang penyiar dari program *Your Friends (in the morning)* ini disesuaikan dengan sasaran pendengarnya yaitu remaja yang gaul dan aktif. Maka gaya siaran yang diterapkan pada program ini menggunakan kata-kata sederhana yang bersahabat dengan pendengar, canda tawa dengan kata-kata yang *gaul* namun tetap sopan, tidak formal dan menggunakan bahasa anak muda zaman sekarang.

Setelah penulis mengamati program lain yang serupa dengan *Your Friends (in the morning)* ini, nama programnya yaitu Semangat Pagi, yang disiarkan oleh stasiun radio Jizz FM Yogyakarta setiap Senin hingga Jumat pada jam 05.00 - 09.00, gaya siaran yang diterapkan pada program ini memang menggunakan bahasa yang mudah dimengerti, namun terkadang penyiar dari program ini menggunakan bahasa jawa dan canda tawa dari penyiar program ini

mengeluarkan atau menggunakan kata-kata yang kurang pantas untuk diucapkan ketika siaran.

Terakhir pada pemilihan atau kriteria lagu yang disajikan pada program Your Friends (in the morning). Lagu-lagu yang diputar pada program ini sesuai dengan *brand* nya sebagai radio yang ingin menjadi bagian yang selalu ada dan mewarnai kehidupan, serta aktivitas dari pendengar dari hari ke hari, seperti sebuah *soundtrack* lagu dalam sebuah film yang akan selalu diingat bahkan diceritakan kepada orang lain kapanpun dan dimanapun. Maka dipilih lagu-lagu hits saat ini dan lagu-lagunya tidak hanya Indonesia saja, tetapi juga memutar lagu barat yang pernah *hits* dan yang sedang *hits* saat ini.

Untuk program ini jenis musik yang dipilih sesuai dengan segmen acara. Disegmen pertama saat penyiar membuka acara, musik yang menjadi pilihan adalah yang cenderung tidak terlalu keras karena pada saat pembukaan acara ini para pendengar sedang terbangun dari tidurnya. Oleh karena itu untuk pemilihan musik harus sesuai dengan kebutuhan pendengar, pada saat pendengar mulai beraktivitas maka diputarkan musik yang memiliki hentakan agar bersemangat, saat menjelang pukul 09.00 maka diputarkan lagu yang tidak terlalu *up beat* karena dijam tersebut pendengar sudah melakukan aktivitasnya, sehingga pendengar merasa nyaman dan tidak terpacak kecongan jika diputarkan lagu

a. STPPF program Your Friends (in the morning)

a) Segmentasi

Setiap program atau acara di stasiun radio perlu menentukan segmen pendengar agar dapat mengetahui siapa saja dan bagaimana kelompok pendengar yang dituju oleh program tersebut. Segmentasi yang dilakukan oleh tim produksi dari program Your Friends (in the morning) ini dengan menyesuaikan segmentasi yang dituju oleh radio Swaragama sendiri yaitu anak muda meliputi SMP, SMA, mahasiswa, eksekutif muda.

b) Targeting

Target pendengar dari program Your Friends (in the morning) ini adalah pelajar, mahasiswa dan umum dengan pembagian demografis pendengar, 05.00-07.00 : 50 % Pelajar- 40 % Mahasiswa - 10 % Umum. 07.00-09.00 : 70 % Mahasiswa - 30 % Umum. Dari psikografis pendengar yaitu, suka hiburan, suka hal baru, spontanitas tinggi, butuh inspirasi, butuh diingatkan dan ditemani, suka berkirim salam/ eksistensi. Seperti yang diungkapkan oleh *creative content* dari program Your Friends (in the morning) ini yaitu Andien Rahmana,

Untuk target pendengar dari yourfriends itu adalah pelajar, mahasiswa, umum seperti pekerja 24 jam. Untuk pembagian demografis pendengarnya yaitu , 05.00-07.00 : 50 % Pelajar- 40 % Mahasiswa - 10 % Umum. 07.00-09.00 : 70 % Mahasiswa - 30 % Umum. Dari psikografis pendengar yaitu orang yang suka hiburan, suka hal baru, spontanitas tinggi, butuh inspirasi, butuh diingatkan dan ditemani, suka berkirim salam/ eksistensi.

c) Positioning

Positioning merupakan hal yang sangat diperlukan dalam sebuah program yang diproduksi oleh stasiun radio. *Positioning* merupakan hal yang menampilkan citra atau *image* kepada pendengar agar pendengar dapat membedakan dan mengenal program yang dimiliki oleh stasiun radio lain. Dengan melakukan *positioning* kepada khalayak pendengar, maka pendengar yang dituju lebih mengetahui dan lebih dekat lagi dengan program yang diproduksi oleh stasiun radio yang bersangkutan.

Diharapkan jika aktifitas pagi hari para pendengar menyenangkan maka menjalani jam-jam berikutnya juga akan terasa menyenangkan. Maka dari itu program ini berusaha semaksimal mungkin menyenangkan dan juga memberi energy positif bagi para pendengarnya setiap pagi.

2. Pelaksanaan Acara Your Friends (in the morning)

a) Segmen Pertama

Segmen pertama dari program ini yaitu pembuka jam 05.00 – 06.00 berupa narasi dari penyiar dengan nada atau pembawaan yang membangkitkan semangat para pendengarnya. Lalu memutar lagu dua sekaligus yang berjenis tidak terlalu *up beat*, karena pada jam ini para pendengar pada umumnya baru terbangun dari tidurnya. Setelah pemutaran dua lagu lalu masuk narasi dari penyiar dan membacakan request lagu dari para pendengar lalu memutar satu lagu yang di request kemudian iklan, setelah itu kembali memutar dua lagu sekaligus lalu

Pemutaran satu lagu lalu pemutaran *content* tetap yaitu *pop news* yang berisi tiga informasi ringan seperti kegiatan-kegiatan yang dilakukan di daerah Yogyakarta, tempat-tempat wisata dan *entertainment*. Setelah pemutaran *content* lalu memutarakan satu lagu kemudian masuk narasi penyiar membacakan SMS request lagu, lalu memutarakan satu lagu yang direquest lalu masuk iklan.

Setelah iklan memutarakan dua lagu sekaligus kemudian masuk narasi dari penyiar, membacakan kirim-kirim salam dari para pendengar yang mengirimkan SMS serta ucapan selamat ulang tahun kemudian memutarakan satu lagu lagi dan kemudian memutarakan *content* tetap yang kedua yaitu *flash break* yang berisi tiga berita sedikit agak berat seperti berita kenaikan harga kebutuhan pokok dan seputar politik. Setelah pemutaran *content* ini lalu memutarakan informasi terkini seputar info lalu lintas, dengan alasan pada jam-jam ini para pendengar sedang bersiap-siap berangkat ke kantor, sekolah dan sebagainya.

b) Segmen Kedua

Pada segmen kedua yaitu jam 06.00- 07.00 berisi pemutaran satu lagu yang berjenis *up beat*, lalu kemudian masuk narasi dari penyiar, kemudian pemutaran satu lagu lagi lalu masuk narasi penyiar lagi, setelah narasi kemudian pemutaran satu lagu kemudian masuk iklan, setelah iklan lalu pemutaran *content pop news*. Setelah pemutaran *content* ini lalu pemutaran satu lagu lagi kemudian narasi penyiar membacakan SMS dari para pendengar yang merequest lagu, lalu telepon interaktif dengan pendengar sharing seputar kegiatan mengisi liburan atau tempat-

Setelah itu memutarakan satu lagu yang direquest oleh pendengar tadi kemudian masuk narasi dari penyiar lagi, lalu masuk iklan kemudian langsung memutarakan dua lagu sekaligus. Setelah itu pemutaran *content Pop News* yang berisi rangkuman informasi ringan yang bersumber dari situs berita dan koran. Lalu telepon interaktif dengan para pendengar dan pembacaan sms yang akan mengirim salam-salam dan request lagu.

c) Segmen Ketiga

Disegmen ketiga jam 07.00 – 08.00 pertama memutarakan *content good news from* Indonesia yang berisi tiga berita baik dari Indonesia, misalkan tentang pelajar Indonesia yang mendapat penghargaan dari menteri pendidikan berkat karyanya menjuarai lomba tingkat nasional. Setelah itu memutarakan satu lagu lalu masuk narasi penyiar membacakan SMS dari para pendengar yang merequest lagu. Lalu memutarakan dua lagu sekaligus, setelah itu masuk pada ke narasi penyiar lagi kemudian pemutaran satu lagu lagi, setelah itu pemutaran *content pop news*. Kemudian pemutaran dua lagu sekaligus.

d) Segmen Keempat

Segmen terakhir pada jam 08.00 – 09.00, pertama memutarakan *content pop news*, kemudian pemutaran dua lagu sekaligus, setelah itu pemutaran *content flash break* yang berisi tiga *hard news update* yang bersumber dari situs berita dan Koran.

Setelah pemutaran *content flash break* dilanjutkan pemutaran *content* harian yaitu *your inspiration*, *your success*, *your success* langsung via telepon yang

mencari tahu dan sharing tentang kisah seorang anak muda yang sukses dengan usahanya. Setelah pemutaran *content* harian lalu masuk iklan, lalu setelah itu pemutaran dua lagu sekaligus dan terakhir *closing* dari penyiar.

a. Content yang disajikan program Your Friends (in the morning)

Content-content yang ada pada program ini yaitu *Pop News* : tiga *soft news* yang bersumber dari situs berita dan Koran. Setelah *content* ini diputarkan, info seputar event yang ada di Jogja juga disajikan. Lalu ada *Flash Break* : tiga *hard news update* yang bersumber dari situs berita dan Koran. *Good News From Indonesia* : tiga berita baik tentang Indonesia hasil kerjasama dengan @GNFI. Lalu untuk *content* hariannya adalah, *Easy english* : segmen belajar bahasa inggris “*basic*” dengan konsep “*fun english*”: *think english, think easy*. Selanjutnya ada *Digital Life* : segmen tips praktis seputar penggunaan digital gadget, *software* dan sosial media. *Your Inspiration* : interview singkat dengan seorang tokoh muda via telepon dengan konsep sharing inspirasi terhadap *passion* yang dipilihnya. *Your Holiday* : Segmen seputar obrolan tempat-tempat wisata yang ada di daerah Yogyakarta dan event-event yang ada di daerah Yogyakarta. Itulah *content-content* yang ada pada program ini, diharapkan dapat menjadi motivasi dan juga memberi edukasi kepada para pendengar dari program ini

B. ANALISIS DATA

Adanya program *Your Friends (in the morning)* di Swaragama FM Yogyakarta yang menemani pendengarnya setiap pagi pada hari senin hingga jumat, tidak lepas dari tim produksi dari program ini dalam merencanakan hingga memproduksi program. Format program merupakan salah satu kunci penting dalam mempertahankan pendengar dan meraih pendengar baru. Beberapa stasiun radio lain di Yogyakarta mempunyai program yang serupa dengan program *Your Friends (in the morning)* dengan waktu siar yang sama yaitu pagi hari.

Meskipun banyak pesaing namun program *Your Friends (in the morning)* mampu bersaing dengan kelebihan isi acaranya dibanding program yang dimiliki stasiun radio lain yang serupa dengan program ini. Dengan banyak *content* yang disajikan menjadi nilai lebih dibanding dengan program lain dengan waktu siar yang sama.

1. Konsep Segmentasi, Targeting, Positioning, Formating, Programing pada program *Your Friends (in the morning)*.

Disamping memiliki banyak *content* didalam programnya, pembentukan audien penyiaran yang mencakup segmentasi, target audien dan positioning dari program ini, pertama memang mengacu pada format stasiun yang diambil oleh stasiun radio Swaragama sendiri yaitu CHR (*Contemporary Hit Radio*) yang khusus untuk ABG dan muda belia. Format paling populer yang berisi lagu lagu Top 40/Top 30 dan tips praktis (Morissan 2008 : 222)

Dengan mengacu pada format stasiun radio Swaragama, maka **segmentasi** yang diterapkan pada program ini menyesuaikan segmentasi dari radio Swaragama. Seperti yang sudah dijabarkan di BAB II, bahwa segmentasi stasiun radio Swaragama adalah usia 15-30 tahun. Dari klasifikasi segi pekerjaan yaitu pelajar, mahasiswa dan eksekutif muda. Namun gaya siaran yang diterapkan pada program-program yang dimiliki tetap di desain mengkombinasikan berisi, mengedukasi, menghibur dan santai.

Program Your Friends (in the morning) sebagai salah satu program unggulan dengan waktu siar pagi hari, maka program ini menyesuaikan gaya siaran yang diambil oleh stasiun radio Swaragama. Program ini dikemas dengan santai, namun tetap mengedukasi atau memberikan energy positif bagi para pendengarnya. Menciptakan gaya siaran yang sesuai dengan selera pendengar, membuat para pendengar akan terus menyukai program ini, yang paling terpenting segmen tersebut potensial bagi stasiun radio Swaragama FM Yogyakarta.

Untuk **targeting** pendengar dari program ini juga menyesuaikan target pendengar radio Swaragama itu sendiri yaitu usia 15-30 tahun dengan status pelajar, mahasiswa, *fresh graduate*, dan eksekutif muda. Target yang dipilih menjangkau semua kalangan, sehingga siapa saja yang mendengarkan program ini akan mendapat inspirasi untuk menjalani hidup yang lebih baik dan selalu bersikap positif. Tidak hanya sekedar bersenang-senang, tetapi didalam program ini pendengarnya bisa mendapatkan sesuatu hal yang bermanfaat, misalnya bisa

info-info seputar teknologi yang saat ini sudah semakin maju dan sudah menjamur dikalangan masyarakat terutama para remaja.

Untuk *Positioning*, tagline dari radio Swaragama sendiri yaitu "*the soundtrack of your life*" yang mempunyai arti, lagu untuk kehidupanmu yaitu para pendengar setia dari stasiun radio Swaragama yang mempunyai panggilan yaitu "akademia Jogja". Untuk *Positioning*, tagline dari radio Swaragama sendiri yaitu "*the soundtrack of your life*" yang mempunyai arti, lagu untuk kehidupanmu yaitu para pendengar setia dari stasiun radio Swaragama yang mempunyai panggilan yaitu "akademia Jogja".

Positioning yang diterapkan pada program Your Friends (in the morning) adalah ingin menjadi teman yang menyemangati sekaligus memberikan motivasi melalui *content-content* yang ada. Setiap pagi program ini memberi semangat yang positif, sebelum memulai aktifitas dan juga menemani aktifitas para pendengarnya dipagi hari. Dengan tagline dari stasiun radio Swaragama diatas, diharapkan tagline tersebut juga berlaku pada program-program yang dimiliki oleh stasiun radio Swaragama sendiri khususnya pada program Yourfriends (in the morning) ini. Melalui *jingle* dari program Yourfriends (in the morning) yang berbunyi "*this is your friends in the morning*" dan dikombinasikan dengan nada dan musik-musik yang menghentak namun tetap *easy listening* atau enak didengar, diharapkan program ini selalu menjadi kebiasaan ataupun kebutuhan bagi para pendengarnya untuk menemani aktivitas yang dilakukan pada pagi hari.

Dengan segmentasi dan juga target dari stasiun radio Swaragama sendiri yaitu anak muda usia 15-30 tahun dengan status pelajar SMP, SMA, Mahasiswa, *fresh graduate* dan juga eksekutif muda, maka panggilan untuk para pendengar yaitu “akademia Jogja ” sangat tepat dilakukan karena sesuai dengan segmentasi dan juga target yang dituju oleh radio ini. Dengan tagline dari stasiun radio Swaragama diatas, diharapkan stasiun radio Swaragama dapat menjadi teman dikehidupan sehari-hari para pendengarnya melalui program-program yang disajikan khususnya program Your Friends (in the morning) ini.

Untuk positioning dari program ini melalui bumper dari program ini yang diputar ketika program ini akan memulai siaran dan juga setiap akan masuk pada program lagi setelah pemutaran *content*, iklan atau pemutaran lagu yang direquest oleh para pendengar dari program ini. Dengan bumper dari program ini yang dirancang dengan kombinasi musik-musik berjenis *up beat* dan dimasukkan penyebutan nama “Your Friends (in the morning)” sebanyak dua kali.

Jingle Radio adalah gabungan musik dan kata untuk mempromosikan keberadaan radio baru ditengah masyarakat, memberikan identitas atau symbol terpenting dari radio agar selalu diingat oleh pendengar, membentuk citra radio dibenak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi sebagai jeda, selingan (Morissan, 2008 : 228-229).

Sesuai dengan nama programnya sendiri yaitu Your Friends (in the morning), mempunyai arti yaitu temanmu di pagi hari. Program ini ingin menjadi teman bagi para pendengarnya, menemani para pendengarnya yang sedang sibuk

melakukan aktifitas awal dipagi hari. Program ini akan memberi semangat dengan lagu-lagu yang akan membangkitkan semangat dipagi hari dan juga penyuguhan beberapa content yang berisi tips-tips ringan penggunaan gadget saat ini yang selalu up date dan seputar kemajuan teknologi yang sudah menjamur di masyarakat.

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan kedalam otaknya, didalam khayalnya sehingga khalayak memiliki penilaian tertentu. Suatu produk harus memiliki pernyataan positioning yang mewakili hubungan erat dengan strategi merebut konsumen dan harus bisa mewakili citra atau persepsi yang hendak diciptakan dalam bentuk konsumen. Pernyataan positioning dapat dibuat berupa kata - kata yang diolah dalam bentuk rangkaian kalimat menarik yang disampaikan dengan manis (Morissan, 2008 ; 184).

Seperti tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu ingin mengetahui secara jelas bagaimana strategi kreatif program dari Your Friends (in the morning) dari beberapa buku seputar panduan merancang sebuah program radio, strategi kreatif program memang sangat diperlukan, karena ini menjadi tanda pada akhirnya berhasil atau tidaknya sebuah program yang akan disiarkan.

Seperti yang dipaparkan pada buku broadcasting radio yaitu, didalam industri kepenyiaran, perencanaan merupakan unsur yang sangat terpenting, karena siaran memiliki pengaruh dan dampak yang sangat kuat dan besar.

Perencanaan disini juga meliputi: perencanaan produksi dan pengadaan materi

siaran yang disusun menjadi rangkaian mata acara secara harian, mingguan dan bulanan (Triartanto, 2010 : 96).

Lalu untuk **Formatting**, seperti yang telah penulis paparkan di BAB II bahwa format stasiun yang dipilih oleh Swaragama yaitu *Contemporary Hit Radio* (CHR) atau Top 40 Radio yaitu, untuk ABG dan muda belia berumur 12-20 tahun. Format paling populer yang berisi lagu-lagu Top 40/Top 30 dan tips praktis. Sebelum CHR awalnya disebut Top 40 Radio. CHR merupakan radio yang sering memutar 30 rekaman terkini, bukan album lama, tidak memutar ulang sebuah lagu yang sama secara berdekatan, perpindahan antar lagu sangat cepat (Morissan, 2008 : 222).

Dengan pilihan format stasiun diatas, maka program-program yang disiarkan ataupun diproduksi oleh stasiun radio Swaragama memang di konsep khusus untuk para pendengar usia 15 hingga 30 tahun. Khususnya program Your Friends (in the morning) ini, program berjenis *variety show*, Program variety show terdiri dari beberapa segmen berupa tips dan trik, wawancara, kuis, permintaan lagu, info aktual, gosip, dialog interaktif, dan lain - lain. Program variety show sejak memasuki tahun 1990 - an hingga sekarang telah menjadi program unggulan pada waktu siar pukul 06.00 sampai 10.00 (part time), (diakses dari situs : <http://musa666.wordpress.com/2011/10/04/karakteristik-ridho-siaran/diunggah tanggal 20 Maret 2013>). Dengan jenis program diatas memang

sangat tepat dengan segmentasi dan juga target yang dituju program ini selain

karena segmentasi dari sisi geografis di daerah Yogyakarta memang terdapat beberapa Universitas yang tentunya banyak generasi muda yang berpendidikan baik, maka sangat potensial bagi stasiun radio Swaragama ini, terutama pada program-program yang dimiliki khususnya program Your Friends (in the morning) ini.

Setelah menentukan formatting, maka selanjutnya pada *Programming*. *Programming* sangat menentukan pemilihan selera pendengar kepada program siaran yang disajikan. Radio Swaragama melakukan pemetaan, *survey* dan penelitian kepada para pendengar. Tindakan ini ditujukan untuk mengetahui kondisi demografi terhadap penonton yang ada, sehingga akan mengetahui kapan program acara yang akan disiarkan dan apa saja isi, sajian siaran serta materi siaran.

Programming Radio Swaragama yang dilakukan tidak lepas dari *programming* terhadap program acara yang disiarkan. Setiap program acara harus dapat menyesuaikan dengan *positioning* stasiun radio. Dalam hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran yaitu program yang baik akan mendapatkan pendengar atau penonton yang lebih besar, sedangkan program yang buruk tidak akan mendapatkan penonton atau pendengar (Merrison, 2000:200).

a. Unsur-unsur isi sebuah program pada Your Friends (in the morning)

Perencanaan yang diterapkan pada program Your Friends (in the morning) seperti yang sudah penulis paparkan diatas dari keseluruhan unsur-unsur dari format program atau perencanaan program memang mengacu pada format siaran dari stasiun radio Swaragama. Unsur-unsur dari format program sendiri menurut buku Broadcasting Radio adalah

1. Tema acara
2. Nama atau Judul acara
3. Materi acara
4. Waktu siar
5. Durasi siar
6. Kriteria penyiar
7. Jumlah penyiar
8. Format acara
9. Gaya siaran
10. Kriteria lagu (Triartanto, 2010 : 113).

Dari keseluruhan unsur-unsur format program diatas, yang diterapkan pada program Your Friends (in the morning) untuk tema acara setiap hari siarannya memang selalu beda setiap hari siarannya. Dikarenakan target dari program ini memang untuk anak muda, maka bahasan atau obrolan seputar hal-hal yang sedang menjadi perbincangan saat itu. Disela-sela waktu sebelum pemutaran lagu dan *content content* yang disajikan cenderung seperti obrolan

layaknya teman dekat dengan bahasan ringan seperti bagaimana kegiatan para pendengar pada saat liburan, dan juga sharing seputar tempat-tempat wisata yang bagus untuk dikunjungi.

Untuk alasan pemilihan nama acara atau judul acara dari program *Your Friends (in the morning)* ini selain mengacu pada format siaran yang diambil oleh stasiun radio Swaragama sendiri yaitu *Contemporary Hit Radio (CHR)* atau Top 40 Radio yaitu, untuk ABG dan muda belia berumur 12-20 tahun. Format paling populer yang berisi lagu-lagu Top 40/Top 30 dan tips praktis. Sebelum CHR awalnya disebut Top 40 Radio. CHR merupakan radio yang sering memutar 30 rekaman terkini, bukan album lama, tidak memutar ulang sebuah lagu yang sama secara berdekatan, perpindahan antar lagu sangat cepat (Morissan, 2008 : 222).

Dengan mengacu pada segmentasi dan juga target dari stasiun radio Swaragama yaitu pelajar, mahasiswa, *Fresh Graduate*, eksekutif muda, maka dipilih dengan nama *Your Friends (in the morning)* yang memiliki arti “teman mu di pagi hari” dan menggunakan bahasa inggris dikarenakan target pendengarnya mempunyai pendidikan yang cukup baik.

Gaya siaran diselingi dengan canda tawa membuat tujuan pemberian nama atau judul dari program ini yaitu menjadi teman bagi para pendengarnya di pagi hari sudah tercapai. Pemilihan lagunya pun disesuaikan dengan format siaran yang di terapkan pada radio Swaragama yaitu lagu-lagu yang sedang populer saat ini dan yang pernah hits di eranya masing-masing. Jenis lagu yang diputarkan pun up beat, dikarenakan program ini memilih waktu siar pagi hari, maka jenis lagu-

lagu yang diputarkan berjenis hentakan, agar dapat membangkitkan semangat pendengarnya.

Untuk materi pada *content-content* yang disajikan program ini pertama disesuaikan dengan waktu siar, pagi hari biasanya para pendengarnya sedang sibuk melakukan aktivitasnya, maka materi pada *content-content* yang disajikan pun yang tidak terlalu berat dan berisi info-info ringan seperti prakiraan cuaca dan info lalu-lintas.

Seperti yang diungkapkan oleh Munthe, pada program pagi hari apa saja yang dimuat, umpamanya untuk kaum muda pagi hari pukul 06.00 – 09.00 umumnya sibuk mempersiapkan diri untuk sekolah, mulai dari mandi, sarapan, mempersiapkan buku dan berangkat, juga sebagian dari mereka bergegas untuk berangkat ke kantor. Pada saat itu merupakan jam sibuk bagi khalayak kebanyakan. Berikanlah acara music, pilih music yang memiliki up beat (hentakan), sebab dengan jenis music ini diharapkan mereka akan bersemangat untuk mengisi hari itu. Selain musik, sisipkan informasi mengenai cuaca, jalan raya, pengumuman atau ucapan selamat ulang tahun, atau dapat juga berita aktual. Dengan demikian, saat berkemas dan bersenandung, mereka memperoleh informasi. Terpenting jangan sekali-kali menempatkan acara-acara serius yang menuntut konsentrasi penuh dari pendengar (Munthe, 1996 : 62-64).

Untuk kriteria penyiar yang membawakan program ini pada dasarnya semua penyiar memiliki kemampuan untuk dapat meramaikan atau dapat mengaijak para pendengar merasa senang dan juga nyaman ketika mendengarkan

program ini ataupun pada saat melakukan telefon interaktif kepada para penyiar program ini. penyiar yang membawakan program ini dikarenakan memang masih muda dan juga mempunyai karakter yang *fun* dan juga memiliki selera humor yang tinggi jadi sangat menunjang dengan membawakan program ini.

Program ini memilih waktu siar pagi hari, maka pembawaan penyiar dari awal melakukan opening hingga sampai *closing* sangat pas dengan karakter anak muda yang aktif, *fun*, dan juga memiliki selera humor yang cukup tinggi lalu terakhir dengan gaya bahasa dan penggunaan bahasa yang sering diucapkan para anak muda zaman sekarang atau dengan kata lain bahasa gaul.

Selain dengan kriteria diatas, penyiar dari program ini pada saat melakukan obrolan natural seperti layaknya mengobrol dengan teman akrab, tidak seperti penyiar yang terpaku pada script, pada saat melakukan interaksi kepada penyiar cenderung kaku dan ini akan berdampak kepada pendengar yang kurang nyaman dengan penyiar seperti ini.

Dengan pembawaan seperti yang diterapkan pada program ini para pendengar yang melakukan interaksi dengan penyiar melalui telefon interaktif akan merasa nyaman dan juga akan membangun kedekatan dengan pendengar, karena di posisikan sebagai teman dengan mengobrol dan diselingi dengan canda antara pendengar dengan penyiar dari program ini. Seperti yang diungkapkan oleh dalam buku A. Ius Y. Triartanto, *talk to a friend. Talk, don't read, deliver a sermon. Radio is for telling, for talking, person to person.* Ketika bersiaran,

bicaralah seperti kepada seorang teman. Berbicara atau ngobrol bukan seperti

membaca, apalagi persis orang khotbah. Pada prinsipnya, bicara melalui radio seperti orang mendongeng, mengobrol, bicara secara pribadi ke pribadi (Triartanto, 2010 : 48).

Selain dari kriteria penyiar, jumlah penyiar dari program ini juga dirancang agar pada saat program ini mulai siaran, para pendengar tidak merasa bosan atau jenuh. Dengan jumlah penyiar empat orang dengan pembagian satu orang penyiar utama dan tiga orang penyiar *content* yang ada pada program ini. dengan pembagian seperti ini, ketika para pendengar mendengarkan *content-content* yang ada di program ini dan dibawakan oleh penyiar yang berbeda-beda tidak hanya satu orang saja, maka pendengar akan tertarik untuk mendengarkan program ini.

b. Strategi kreatif program pada Your Friends (in the morning)

Dunia penyiaran radio merupakan suatu dunia yang kreatif. Sebuah pekerjaan yang kurang kreatif tentu saja akan sangat sulit untuk mendapatkan sebuah program acara yang diproyeksikan untuk memberikan hiburan dan juga edukasi pada pendengarnya. Untuk itulah tim produksi dari program ini harus bisa menjalankan suatu strategi untuk mencapai tujuan mereka dalam membuat program ini. Tim produksi dari program ini berusaha memberikan yang terbaik bagi pendengarnya lewat *content-content* yang disajikan.

Dalam program ini, strategi dalam merencanakan program merupakan kerjasama antara semua tim produksi yang terlibat sedari awal. Mereka berusaha bersama-sama untuk membuat sebuah program acara yang mampu merobut

perhatian pendengar yang dituju. Strategi yang dilakukan program ini terletak pada *content-content* yang ada didalamnya untuk memberikan program edukatif sekaligus menghibur bagi para pendengarnya.

Your Friends (in the morning) diproduksi dengan tujuan mengenalkan program morning show kepada para pendengar khususnya di Yogyakarta. Seperti kita ketahui pada saat pagi hari program-program yang disiarkan stasiun radio lain menyajikan acara yang hampir sama dari konsep acaranya. Beberapa contoh radionya adalah Geronimo, Jizz dan masih banyak lagi. Hal ini yang menjadikan radio Swaragama untuk memproduksi atau membuat acara yang berbeda dari stasiun radio lain khususnya di Yogyakarta.

Didalam program ini pendengar tidak hanya bisa merequest lagu tetapi juga bisa mendapatkan info-info lain seperti tips-tips menarik seputar penggunaan dan perawatan teknologi, dsb. Dari program yang berisi berbagai *content* tersebut, secara tidak langsung menyajikan suatu acara yang berbeda dari program yang dimiliki oleh stasiun radio lain.

Kelebihan dari program ini adalah *content-contentnya*, didalam program ini terdapat *content* tetap dan juga *content* harian. *Content* tetapnya yaitu *Pop News* : tiga *soft news* yang bersumber dari situs berita dan Koran. Setelah *content* ini diputarkan, info seputar event yang ada di Jogja disajikan. Lalu ada *Flash Break* : tiga *hard news update* yang bersumber dari situs berita dan Koran.

Setelah pemutaran *content* ini, Prakiraan cuaca dan juga traffic info disajikan. *Good News From Indonesia* : tiga berita baik tentang Indonesia hasil

kerjasama dengan @GNFI. Lalu untuk *content* hariannya adalah, *Easy english* : segmen belajar bahasa inggris “*basic*” dengan konsep “*fun english*”: *think english, think easy*. Selanjutnya ada *Digital Life* : segmen tips praktis seputar penggunaan digital gadget, *software* dan sosial media. *Your Inspiration* : interview singkat dengan seorang tokoh muda via telepon dengan konsep sharing inspirasi terhadap *passion* yang dipilihnya.

Salah satu contoh *content* nya adalah *Your Inspiration*, *content* ini sangat bagus untuk target dari program ini yaitu anak muda, dengan harapan para pendengar khususnya remaja dapat termotivasi dan terinspirasi dari penyajian *content* ini. Hal ini juga dapat membantu mendorong para remaja bahwa kesuksesan itu tidak harus menunggu tua. Remaja yang mempunyai kemauan dan kerja keras, mereka juga bisa sukses. Narasumber dari *content* ini pun berganti-ganti setiap mengudara.

Dari mulai kisah pengusaha muda, penulis buku, dan masih banyak lagi. Contoh seperti pada tanggal 22 Juli 2013, *content* ini mewawancarai narasumber bernama Wahyu pemuda asal Malang, seorang penulis buku kreatif yang berawal dari kebiasaan suka menggambar, lalu mengikuti beberapa lomba menggambar dan menjuarai lomba-lomba yang diikuti.

Setelah mengikuti beberapa perlombaan dan selalu menjadi juara dalam perlombaan itu, lalu dia berfikir selain kegiatan ini dapat menyalurkan hoby nya juga dapat menghasilkan uang, lalu dia merambah ke dunia animasi komik

desain. Lalu sampai sekarang menjadi CEO hello motion, yaitu sekolah animasi yang di dirikannya. Dengan penyajian *content Your Inspiration* ini yang terus berkelanjutan, maka akan mampu memberi motivasi dan juga semangat bari para generasi muda yang selama ini berfikiran bahwa remaja itu belum bisa sukses.

Selain *content* diatas, ada juga *content* yang bernama *Digital Life*, *content* ini sangat berguna bagi para pendengar program ini khususnya remaja. Dimana saat ini para remaja mengikuti kemajuan teknologi yang semakin canggih, terutama penggunaan gadget. Dengan adanya *content* ini, memberikan tips bagaimana cara merawat dan juga penggunaan yang baik tentang gadget. Contoh seperti pada tanggal 21 Agustus 2013, *content* ini menyajikan bagaimana cara baterai handphone agar tetap awet tidak mudah rusak, cara jika handphone terkena air.

Satu lagi *content* yang sangat tepat disajikan oleh program ini yaitu *Easy English*, segmen ini mengajarkan dan menanamkan pemikiran bahwa belajar bahasa inggris dari *basic* itu mudah, terutama bagi para remaja yang mempunyai pemikiran bahwa belajar bahasa inggris itu sulit. Dengan adanya *content* ini para remaja dapat belajar bahasa inggris *basic* dengan konsep *Fun English*. Bagi para pendengar dari program ini akan mendapat info yang sangat berguna dari *content-content* yang disajikan oleh program ini.

Selain unsur-unsur diatas, didalam program yang bagus harus ada unsur daya tarik dan pengembangan kreatifitas daya tarik, seperti yang dijelaskan pada buku Triartanto *Broadcasting Radio*, unsur-unsur daya tarik suatu stasiun

radio antara lain adalah : a. music (*music*), b. kata-kata (*words*), dan terakhir c. efek suara (*sound effect*). Dengan ketiga unsur daya tarik tersebut, suatu program dapat dikemas sedemikian rupa sehingga memiliki kekuatan audio untuk mempengaruhi pendengarnya agar tetap tertarik mendengarkan program siaran yang disajikan.

Didalam program Your Friends (in the morning) ini musik adalah salah satu kekuatan dari program ini, musik yang diputarkan adalah berjenis up beat karena disesuaikan dengan konsep dari program ini yaitu program pagi hari yang menjadi penyemangat pendengarnya, dan salah satu senjatanya dari sisi lagu-lagu yang diputarkan. lagu-lagu yang sedang hits ataupun yang pernah hits barat maupun Indonesia disajikan dengan tujuan mengingatkan kembali lagu-lagu yang dulu menjadi kesukaan para pendengarnya ataupun lagu-lagu yang sedang disukai.

Kemudian kata-kata yang digunakan oleh penyiar saat membawakan program ini adalah kata-kata yang khas dimiliki oleh Arya Chandra yaitu suara dan juga kata-kata yang di bawakan sangat pas sekali dengan anak muda, menjadi suatu pengingat saat pendengar mendengarkan program Your Friends ini. Kemudian efek suara yang digunakan adalah efek suara yang ekspresif menyesuaikan apa yang sedang dibicarakan oleh penyiarinya sehingga menimbulkan imajinasi bagi para pendengar dari program Your Friends (in the

2. Teknis produksi

a. Perencanaan Acara

Dalam merencanakan sebuah program tentu ada orang yang paling bertanggung jawab atas program secara keseluruhan, dan yang diterapkan pada program ini seorang *creative content* lah yang bertanggung jawab penuh dari mulai perencanaan yang dibutuhkan dalam program ini, dari mulai konsep program hingga isi dari program Your Friends (in the morning) ini. Proses awal dari program ini yaitu menentukan segmen pasar yang menjadi sasaran dari program ini. Dengan konsep STPPF (Segmentasi, Targeting, Positioning, Formating, Programing). Dikarenakan stasiun radio Swaragama memilih Format siaran CHR (*Contemporary Hit Radio*) yang khusus untuk ABG dan muda belia. Format paling populer yang berisi lagu-lagu Top 40/ Top 30 dan tips praktis. (Morissan 2008 : 222).

Dengan mengacu pada format stasiun yang telah diambil oleh stasiun radio Swaragama, maka dari sisi STPPF untuk program ini sudah didapatkan. Setelah melewati proses diatas, maka langkah selanjutnya adalah melakukan riset seputar apa yang menjadi kebutuhan pendengar yang khususnya anak muda. Seperti apa gaya hidup mereka, hal-hal apa yang mereka suka dan pada jam-jam berapa mereka mempunyai waktu luang.

Selain melakukan riset melalui langsung terjun mewawancarai para pendengarnya yaitu para generasi muda tim produksi dari program ini juga

melakukan riset melalui AC Nielsen yaitu, bagian yang memiliki fungsi melakukan riset terhadap konsumen dengan tujuan mengetahui konsistensi dan pola pikir masyarakat dalam memandang suatu hal.

Tim produksi dari program ini melakukan proses riset terhadap pendengar yang khususnya para remaja dengan terjun langsung melakukan wawancara seputar apa yang diinginkan mereka ketika mendengarkan radio, hal-hal apa yang mereka sukai ketika mendengarkan radio. Dengan melakukan riset ini maka memudahkan tim produksi dari program *Your friends* membagi dan juga menetapkan isi program seperti apa yang pas untuk target pendengar yang menjadi sasarannya. Seperti yang diungkapkan oleh Morissan.

Morrison mengungkapkan bahwa pengelola program siaran yang baik harus mengetahui apa yang menarik untuk kelompok yang berbeda - beda dikalangan masyarakat, seperti apa yang tengah populer dikalangan anak muda berusia 12 - 20 tahun, apa yang menarik bagi orang muda berusia 18 - 34 tahun dan perempuan berusia diatas 45 tahun. Bagaimana perbedaan selera generasi yang lebih tua terhadap yang lebih muda, jawaban dari pertanyaan - pertanyaan semacam ini dan pertanyaan lainnya yang sejenis merupakan informasi yang diperlukan oleh para pengelola program untuk membantu melaksanakan pekerjaannya (2008 ; 235).

Setelah proses diatas sudah dilewati, maka selanjutnya menetapkan isi program.

Dikembangkan target program ini anak muda, maka isi dari program ini bersifat hiburan

tetapi tetap memberi edukasi kepada para pendengarnya khususnya generasi muda. Hiburan dari program ini yaitu berkirim-kirim salam dan juga merequest lagu, lalu edukasi yang diberikan dari program ini melalui *content-content* yang disajikan. Penentuan *content* yang ada didalam program ini disesuaikan dengan target pendengar dari radio Swaragama sendiri dengan status SMP, SMA, Mahasiswa, Eksekutif muda.

Dengan target pendengar seperti berikut, maka *content* yang dibuat untuk program ini lebih banyak kepada mengedukasi para generasi muda agar berfikir cerdas dan bersikap positif. Melalui *content Easy English* para pendengar mendapatkan ilmu belajar berbahasa inggris dengan menyenangkan, untuk memotivasi dan juga merubah pola pikir para remaja agar terus berkarya dan menjauhi hal-hal yang bersifat negatif maka dirancang *content* yang bernama *Your Inspiration*.

Dengan memproduksi program Your Friends ini yang menghibur tetapi tetap memberikan edukasi kepada pendengarnya, membuat para pendengar tetap mendengarkan program ini karena disamping program ini memberikan hiburan dan menyenangkan pendengarnya melalui request lagu dan juga berkirim-kirim salam juga memberikan edukasi kepada para pendengarnya yaitu para generasi muda melalui *content content* yang telah penulis paparkan diatas

Seperti yang diungkapkan oleh Munthe, Radio merupakan media komunikasi massa yang memiliki kemampuan menjangkau khalayak yang luas dalam waktu yang bersamaan. Semua media massa memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai alat yang mendidik (fungsi edukatif), artinya pesan yang disampaikan dapat meningkatkan pengetahuan. Sebagai alat informasi (fungsi informative) isinya berupa informasi agar khalayak dapat mengetahui dan memahami sesuatu. Sebagai alat menghibur (fungsi entertainment) artinya seseorang dapat terhibur, menyenangkan hatinya, memenuhi hobinya dan mengisi waktu luangnya (Munthe, 1999 : 11).

b. Pelaksanaan Acara

Dari proses perencanaan hingga pelaksanaan memang sangat memerlukan ide-ide kreatif. Sebuah program yang kurang kreatif atau dengan tampilan yang kurang menarik maka akan sulit untuk mendapatkan pendengar. Program ini di peruntukkan untuk memberikan edukasi pada pendengar yang khususnya anak muda. Untuk itu tim produksi dari program ini berusaha harus bisa menjalankan suatu strategi untuk mencapai tujuan mereka dalam membuat program ini. Tim produksi program ini memproduksi sebuah program yang edukatif tetapi tetap dengan pembawaan anak muda yang santai dan *fun*.

Kelebihan dari program ini memang dari *content-content* yang bersifat edukatif namun tetap dengan gaya penyampaian yang pas untuk anak muda. Gaya siaran dari program ini sangat menerapkan percakapan narasi dari para penyiar dan juga saat melakukan telepon interaktif kepada para pendengarnya

menggunakan gaya mengobrol layaknya teman akrab dengan diselingi bercandaan yang membuat tertawa sehingga pendengar dengan penyiar merasa saling dekat tanpa jarak layaknya teman akrab.

Hal ini Seperti yang di paparkan dalam buku A. Ius Y. Triartanto, *talk to a friend. Talk, don't read, deliver a sermon. Radio is for telling, for talking, person to person.* Ketika bersiaran, bicaralah seperti kepada seorang teman. Berbicara atau ngobrol bukan seperti membaca, apalagi persis orang khotbah. Pada prinsipnya, bicara melalui radio seperti orang mendongeng, mengobrol, bicara secara pribadi ke pribadi (Triartanto, 2010 : 48).

Hal tersebut yang berusaha dilakukan oleh program ini untuk mengedukasi pendengarnya khususnya anak muda dan masyarakat pada umumnya yang mempunyai pemikiran bahwa anak muda itu belum bisa sukses dengan segala usahanya, namun dengan adanya salah satu *content* dari program ini yaitu *your Inspiration* yang dapat memotivasi anak muda dan juga merubah sedikit demi sedikit pemikiran kurang optimisme para anak muda selama ini.

Selain *content* diatas, melalui *content Easy english*, setiap *content* ini diputarkan selalu berganti topik yang dibawakan. para remaja dapat belajar tentang bagaimana belajar berbahasa inggris dan juga mengubah pola pikir para remaja yang menganggap belajar berbahasa inggris itu susah.

Dengan pemutaran *content* ini, dan setiap siarannya berganti-ganti sumber dari berbagai bidang keahlian namun tetap seorang anak muda yang

dijadikan narasumber maka akan dapat merubah pola pikir anak muda yang selama ini kurang optimis dengan kesuksesan dengan segala bidang yang digelutinya.

Untuk menjaga *continuenitas* dari program ini sangat membutuhkan pemikiran yang sangat kreatif dan terus melakukan inovasi terhadap materi yang hendak disampaikan pada program ini. Melalui *content* dari program ini yang setiap disajikan selalu berganti-ganti narasumber dan juga dari bidang yang berbeda-beda, tim produksi khususnya bagian *creative content* yaitu Andin Rahmana (*creative content, penyiar content*) terus berfikir kreatif dan berinovasi melalui *content-content* yang disajikan agar para pendengar tetap menyukai program ini.

Seperti yang diungkapkan oleh A. Ius Y. Triartanto dalam bukunya *Broadcasting Radio*, setiap stasiun radio, khususnya dibagian produksi siaran, sangat membutuhkan para kreator atau orang yang kreatif sekaligus inovatif dalam mengemas produksi program yang hendak disiarkannya. Sehingga mau tidak mau, penyajian program radio siaran menuntut perlu adanya sesuatu yang isinya baru/aktual, orisinal, unik, dinamis, menghibur, informatif, edukatif, trendi serta komunikatif. Selain itu, suatu program tidak akan pernah sama ketika disiarkan, walau judul nama programnya sama. Misalnya program musik berjudul *formasi* (forum musik dan informasi) yang disiarkan pada hari senin akan berbeda dengan hari selasa, walau penyiar yang membawakannya sama.

Dipastikan akan ada perbedaannya pada materi isi siarannya begitu seterusnya (Triartanto, 2010 : 72).

Pada segmen awal siaran program ini penyiar bernarasi untuk menyapa para pendengarnya, menghibur dan menemani pendengar dalam beraktifitas. Penyiar dari program ini satu jam sebelum mulai siaran sudah mempersiapkan segala hal yang menyangkut kelengkapan dari program ini. Lalu para penyiar membacakan SMS yang masuk dari para pendengar program yang ingin berkirim-kirim salam.

Selain lewat SMS program ini juga melakukan via telepon dengan para pendengarnya. Melakukan obrolan seputar kegiatan apa yang akan dilakukan pendengar yang sedang menelfon, seputar cerita percintaan dan memberi semangat para penelfon agar tetap positif dalam melakukan kegiatan atau mengisi hari-hari. Selain melakukan interaktif dengan para pendengarnya, diselingi pemutaran lagu-lagu, lalu pemutaran *content* harian.

c. Pasca Acara

Diskusi tim produksi dari program *Your Friends (in the morning)* khususnya *Creative Content* dan produser tidak kalah penting karena produser juga perlu mengakomodir masukan dari penyiar untuk mengembangkan acara termasuk juga kendala yang dihadapi penyiar saat siaran maupun sebelum siaran. Dengan hanya dibawakan oleh empat orang maka sebenarnya tidak terlalu sulit bagi tim

produksi Your Friends (in the morning) untuk saling mengkomunikasikan ide serta saling memberi masukan.

Disini Arya Chandra merangkap juga sebagai produser, jadi sebagai produser sekaligus penyiar, lebih paham bagaimana merealisasikan sebuah rancangan acara dalam sebuah naskah agar menjadi sebuah aura siaran yang menarik pendengar. Adanya tim dengan jumlah orang yang lebih banyak dalam sebuah tim produksi, kekompakan tim juga akan lebih terjaga karena terjadi pendekatan tidak hanya dari sisi profesional namun juga sisi personal dari masing-

Tabel Rundown program *Your Friends (in the morning)*

05.00 – 09.00

Senin 2 September 2013

05.00 – 06.00	Jingle program
	Opening penyiar
	Pemutaran dua lagu
	Penyiar membacakan sms request lagu
	Iklan
	Pemutaran dua lagu
	Narasi penyiar
	Pemutaran satu lagu
	Pemutaran <i>content</i> tetap (<i>Pop News</i>)
	Pemutaran satu lagu
	Penyiar membacakan sms request lagu
	Pemutaran dua lagu
	Iklan
	Penyiar membacakan kirim-kirim salam
	Pemutaran satu lagu
	Pemutaran <i>content</i> tetap (<i>Flash Break</i>)
06.00 – 07.00	Pemutaran satu lagu
	Narasi penyiar
	Pemutaran satu lagu
	Iklan
	Pemutaran dua lagu
	Pemutaran <i>content</i> tetap (<i>Pop News</i>)
	Pemutaran satu lagu
	Penyiar membacakan request lagu
	Pemutaran satu lagu
	Narasi penyiar
	Iklan
	Pemutaran dua lagu

07.00 -08.00	Pemutaran <i>content</i> tetap (<i>Good News From Indonesia</i>)
	Pemutaran satu lagu
	Penyiar membacakan sms request lagu
	Iklan
	Pemutaran dua lagu
	Penyiar membacakan sms request lagu
	Pemutaran satu lagu
	Pemutaran <i>content</i> tetap (<i>Pop News</i>)
	Pemutaran satu lagu
	Narasi penyiar
	Pemutaran dua lagu
	Pemutaran <i>content</i> harian (<i>Easy English</i>)
	Iklan
	Pemutaran satu lagu
08.00 – 09.00	Pemutaran dua lagu
	Narasi penyiar
	Pemutaran satu lagu
	Iklan
	Pemutaran satu lagu
	Narasi penyiar
	Iklan
	Pemutaran dua lagu
	Narasi penyiar
	Pemutaran satu lagu
	Pemutaran <i>content</i> <i>Pop News</i>
	Pemutaran satu lagu
	Narasi penyiar
	Pemutaran satu lagu
	Iklan
	Pemutaran dua lagu
	Narasi <i>closing</i> penyiar
	Pemutaran satu lagu

Analisis rundown program Your Friends (in the morning) selama satu pekan siaran Senin – jumat.

Rundown program *Your Friends (in the morning)* selama satu pekan siaran, pada *content* tetap dan juga *content* harian terkadang mengalami perpindahan jam pemutarannya. Untuk perubahan jam pemutaran dikarenakan *content* yang diputarkan tidak pas penempatan jamnya. Maka terkadang tim produksi dari program ini memindah jam pemutaran dan terus berusaha menempatkan *content* pada jam yang tepat untuk jenis *content* yang sudah dipersiapkan oleh tim produksi dari program ini.

Pemutaran *content* harian terkadang pada jam 08.00 dan juga terkadang pada jam 08.30. Untuk *content* tetap tidak terlalu sering mengalami perubahan jam pemutaran karena penempatan pemutaran dengan jenis *content* sudah tepat. Pada awal program ini mulai siaran sampai pukul 08.00 memang lebih banyak pemutaran lagu daripada narasi dari penyiar, dikarenakan para pendengar sedang terbangun dari tidurnya, maka diiringi dengan lagu-lagu yang tidak terlalu...

Tabel rundown *content* harian program *Your Friends (in the morning)*

Senin	Selasa	Rabu	Kamis	Jumat
<p><i>EasyEnglish</i></p> <p>Segmen belajar bahasa Inggris “<i>basic</i>” dengan konsep “<i>Fun English: Think English, Think Easy!</i>” .</p>	<p><i>YourInspiration</i></p> <p>interview singkat dengan seorang tokoh muda via telepon dengan konsep sharing inspirasi terhadap <i>passion</i> yang dipilihnya.</p>	<p><i>Digital life</i></p> <p>Segmen tips praktis seputar penggunaan digital gadget, software & social media bersama Andin “the digital boy” Rahmana (Microsoft Lumia Ambassador).</p>	<p><i>Your Inspiration</i></p> <p>interview singkat dengan seorang tokoh muda via telepon dengan konsep sharing inspirasi terhadap <i>passion</i> yang dipilihnya.</p>	<p><i>YourHoliday</i></p> <p>Segmen obrolan seputar referensi tempat liburan atau event yang ada di daerah Yogyakarta.</p>