

LAMPIRAN

Interview Guide

1. Bagaimana riwayat berdirinya RRI Yogyakarta?

(Terlampir)

2. Apa visi dan misi yang diemban oleh RRI Yogyakarta?

Visi :

Mendorong terwujudnya audiens yang tanggap informasi melalui acara-acara yang informatif, edukatif dan menghibur dengan melibatkan partisipasi publik

Misi :

- a. Menyelenggarakan siaran informasi dan edukasi yang dapat meningkatkan kepedulian Sahabat Kreatif terhadap lingkungannya.
- b. Menyajikan siaran hiburan dan musik yang apresiatif sesuai dengan segmen.

3. Bagaimana struktur organisasi RRI Yogyakarta?

(Terlampir)

4. Seluas apakah jangkauan frekuensi siaran RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : RRI Pro 2 itu mempunyai jangkauan frekuensi yang mencakup seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga segmentasi kita berdasarkan kewilayahan ya mencakup seluruh Daerah Istimewa Yogyakarta

5. Apa saja acara siaran yang diudarkan oleh RRI Pro 2 Yogyakarta?

(Terlampir)

6. Apakah ada acara siaran khusus yang diudarkan oleh RRI Pro 2 Yogyakarta?

(Terlampir)

7. Apa format yang diusung oleh RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : Format program acara yang disiarkan RRI Pro 2 itu berupa musik dan informasi, tapi format itu *enggak* cuma musik sama informasi biasa. Kita disini berdiri sebagai radio publik punya tujuan yang sama dengan filosofi LPP, untuk membentuk dan mencerdaskan pengetahuan masyarakat, terutama target pendengar kita

8. Bagaimana pengemasan acara siaran yang diudarkan oleh RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : Pengemasan acara Pro 2 itu ngenomi mas, biar lebih muda. Kan kita udah di-cap sebagai radio untuk orang tua, dengan format Pro 2 yang untuk anak muda kita harus lebih muda dan lebih fresh.

9. Bagaimana penetapan segmentasi pendengar yang dituju oleh Programa 2 RRI Yogyakarta itu untuk siapa, berapa usianya, kondisi geografisnya seperti apa, kondisi psikologinya bagaimana, tingkat pendidikan yang seperti apa, golongan pekerjaan apa saja, dan bagaimana tingkat status sosial ekonominya?

(Terlampir)

10. Siapa saja yang menjadi target pendengar RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : Pro 2 itu *udah* menentukan target pendengar, yaitu semua pelajar yang ada di Yogyakarta, dari pelajar SMP sampai dengan mahasiswa.

11. Mengapa RRI Pro 2 Yogyakarta memilih target pendengar tersebut?

Jawab : Karena disamakan dengan tujuan Pro 2 untuk menginspirasi mereka untuk berkarya dengan memberikan sarana informasi yang edukatif untuk membentuk karakter bangsa yang cerdas

12. Bagaimana penetapan *positioning* yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Yogyakarta dalam rangka meraih serta mempertahankan pendengar?

Jawab : Kita dari pihak Pro 2 itu netapin *positioning*nya jadi 3 bagian, yaitu : yang pertama adalah dengan bahasa, bahasa yang digunakan dalam siaran sama Pro 2 itu bahasa Indonesia tapi disesuaikan dengan kesan yang elegan biar *enggak* terkesan kaku *banget* biar kelihatan klo Pro 2 itu *ngenomi* ditelinga pendengar. Yang kedua adalah penggunaan identitas, identitas RRI Pro 2 itu kita cerminkan kepada pendengar melalui *station call*, *tagline* dan *jingle*. Dan yang terakhir adalah logo. Ketiga bagian itu merupakan sebuah sinergi yang berkait untuk menanamkan RRI Pro 2 dibenak masyarakat agar selalu teringat dengan Pro 2.

13. Apakah ada kaitannya sebuah acara yang disiarkan dengan citra yang ditanamkan kepada pendengar RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : Ada, kita disini membentuk program acara yang sesuai dengan *need and want* para pendengar. *Nah*, program acara itu kita buat lebih variatif dengan menggabungkan unsur edukatif dan informatif, seperti Yang Muda Yang Berprestasi, Jogja Students Club, Pro Remaja, Green Talk, dll. Kesemua program acara itu dibuat untuk untuk target audiens kita dengan tujuan untuk memenuhi apa yang jadi keinginan dan kebutuhan audiens tanpa melenceng dari nilai kita sebagai radio publik.

14. Mengapa RRI Pro 2 Yogyakarta memilih “Suara Kreativitas” sebagai *tagline*?

Jawab : Suara Kreatifitas merupakan *tagline* baru dari Pro 2, karena kami ingin menegaskan kepada masyarakat dan pendengar tentunya bahwa Pro 2 itu merupakan wadah/saluran dalam menyuarakan semangat kreatifitas anak muda yang menjadi target pendengar kami

15. Siapa saja yang terlibat dalam pembuatan kebijakan pemrograman?

Jawab : Semuanya terlibat, baik itu dari staf RRI sendiri maupun dari unsur masyarakat. Kenapa masyarakat juga ikut? Karena RRI itu berdiri untuk memberi pelayanan terhadap masyarakat, maka dari itu kita membuat program juga berdasar pada *need and want* masyarakat.

16. Bagaimana pola perencanaan pemrograman di RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : Dalam melakukan pola perencanaan program, kita melakukan rapat gabungan dari kesemua seksi yang ada. Setelah itu *kan* ada pembentukan tim yang nantinya akan merencanakan program dengan landasan dasarnya adalah evaluasi kerja yang dilakukan pada tiap akhir tahun siaran.

17. Faktor apa saja yang menjadi bahan pertimbangan RRI Pro 2 Yogyakarta dalam merencanakan sebuah program?

Jawab : pertimbangan dalam merencanakan sebuah program itu diawali lewat apa yang menjadi visi, misi dan tujuan kita. Kemudian kita sesuaikan dengan apa yang jadi kebutuhan dan keinginan pendengar kita. Kita *enggak* bisa asal *bikin* acara tanpa dua hal itu tadi. Disini Pro 2 berperan sebagai radio publik *lho* mas, kita *enggak* bisa seenaknya *bikin* program, kita harus membuat program sesuai dengan peran kita sebagai radio publik.

18. Apa yang menjadi latar belakang permasalahan dalam merencanakan sebuah program?

Jawab : Yang jadi latar belakang dalam merencanakan sebuah program itu kita ambil dari hasil Rapat Pola Acara Siaran (RPAS) yang diadakan tiap akhir tahun. Dalam RPAS itu kita *kumpulin* semua data progress program, data monitoring pendengar, serta *Forum Group Discussion*. Nah hasil dari RPAS itu yang jadi latar belakang RRI Pro 2 dalam merencanakan sebuah program.

19. Apa saja langkah-langkah yang dilakukan dalam melakukan sebuah pemrograman untuk mempertahankan pendengar?

Jawab : Pro 2 menentukan langkahnya melalui hasil *Forum Group Discussion*, masukan dari KPID, serta hasil riset pendengar. Semuanya itu kita rangkum jadi satu kemudian kita jabarkan satu persatu sebagai aksi untuk mengikat pendengar agar tidak pindah ke *channel* lain. *Kan* makanya kita setiap *bikin* program itu sesuai dengan *need and want* pendengar.

20. Apakah terdapat hambatan dalam sebuah proses pemrograman? Apa saja?

Jawab : Jelas ada mas, mulai dari tahun 2012, RRI sudah tidak menerima lagi PNS, jadi sekarang kita hanya melakukan penerimaan pegawai non PNS, itu juga berdasarkan tingkat kebutuhan *lho* mas. Di RRI ini pegawainya kan mayoritas *udah* tua-tua, jadi *udah* banyak yang *enggak* kreatif lagi. Terus di Jogja sendiri radio tumbuh subur, itu bikin persaingan radio saat ini jadi makin ketat. Apalagi kita sebagai radio publik itu *enggak* mengejar banyaknya jumlah pendengar biar dapat pengiklan yang banyak dan untuk meraih keuntungan, tapi untuk menyampaikan informasi dan edukasi sebagai alat pembentuk karakter bangsa. Kemudian banyak alat-alat kita yang sudah tua, jadinya sering rusak dan butuh perbaikan.

21. Bagaimana cara menangani hambatan tersebut?

Jawab : Kita *udah* *enggak* menerima pegawai PNS. Jadi, di tahun 2013 ini untuk melakukan penambahan SDM ya kita rekrut pegawai baru non PNS. Dan untuk pegawai kita sendiri, jika sudah *enggak* kreatif lagi ya kita kirim untuk ikut pelatihan dengan tujuan menambah daya kreatifnya. Untuk faktor

peralatan, jika ada alat yang rusak ya tinggal kita perbaiki, kalau *enggak* bisa diperbaiki ya kita ganti. Yang penting kualitas audio kita *enggak kemeresek*.

22. Apa saja program acara yang menjadi unggulan RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : Semuanya. Semua program acara yang disiarkan *sama* Pro 2 itu unggulan. Kita *nggak* beda-bedain kok. Semuanya unggulan.

23. Bagaimana penentuan jadwal siaran yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Yogyakarta?

Jawab : tiap tahun siaran kita itu bikin Daftar Acara Siaran (DAS). Jadi kita kan punya Daftar Acara Siaran (DAS) yang jadi pedoman untuk melaksanakan program siaran, di dalam Daftar Acara Siaran (DAS) tersebut kita bagi jadi 4 bagian perharinya. Yang pertama itu daypart pagi, kemudian kedua adalah daypart siang, ketiga itu daypart sore, dan yang keempat itu daypart malam. Kita bagi jadi 4 bagian itu gunanya buat menyesuaikan jadwal sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pendengar. Kan *enggak* mungkin kita menyesuaikan jadwal acara secara sepihak

24. Apa saja strategi yang dilakukan oleh RRI Pro 2 Yogyakarta untuk menarik minat pendengar untuk mendengarkan acara siaran yang disiarkan oleh Program 2 RRI Yogyakarta?

Jawab : Kita selalu menyuguhkan yang terbaik mas. Yang jelas kita membuat program acara sesuai dengan need and want pendengar. Kemudian materi siaran kita juga variatif dan lebih fresh. Kemudian kita sebagai radio publik itu beda sama radio lain mas, acara yang kita siarkan sesuai dengan visi, misi ,

tujuan RRI serta *need and want* pendengar jadi sebuah acara yang berbeda dari radio lain.

25. Bagaimana proses evaluasi program yang dilakukan?

Jawab : kita melakukan evaluasi dari rapat harian, rapat mingguan, rapat bulanan, dan rapat tahunan. Kita rapat tiap harinya berdasarkan hasil catatan penarah/pengawas acara, kemudian kita melakukan rapat tiap 2 minggu yang kita namakan supervisi untuk menindak lanjuti rapat harian. Setelah rapat supervisi itu tadi, kita melakukan rapat rutin tiap bulan, tapi tidak setiap bulan. Rapat tiap bulan yang kita adakan ini bertujuan untuk merevitalisasi pengelolaan Pro 2 dalam bentuk pembaharuan teknik serta materi siaran. Kemudian rapat tahunan merupakan bentuk evaluasi besar-besaran yang dilakukan pada akhir tahun dalam rangka penyusunan dan perencanaan program yang akan siar di tahun depannya.

26. Kapan evaluasi program tersebut dilakukan dan apa saja yang dievaluai?

Jawab : Kita rapat tiap harinya berdasarkan hasil catatan penarah/pengawas acara, kemudian kita melakukan rapat tiap 2 minggu yang kita namakan supervisi untuk hal tertentu yang mendadak. Kemudian ada rapat tiap bulan untuk merevitalisasi pengelolaan Pro 2 dalam bentuk pembaharuan teknik serta materi siaran. Kemudian rapat tahunan / RPAS itu membahas kinerja selama satu tahun dari berbagai data yang masuk, baik itu riset pendengar, minat dan atensi pendengar, serta saran dan kritik pendengar, dan data dari rapat harian, supervisi, dan bulanan.