

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara

1. Informan 1 (N1)

Nama : Ratna Mufidah

Jabatan : Station Manager

Tempat Wawancara : Loby Radio Rasika FM Ungaran

P	Bagaimana pandangan ibu/bpk terhadap radio masa dahulu dan masa kini?
N1	Radio jaman dulu itu...merupakan pusat informasi dan hiburan bagi masyarakat, ketika mendengar hiburan seperti sandiwara dan mencari informasi berita dari pemerintahan saat itu radio adalah yang paling di andalkan, karena masih sedikit pemilik televisi yang saat itu merupakan barang mahal dan tidak semua memiliki dalam satu kampung atau wilayah.
P	Menurut bpk/ibu peran radio secara umum itu seperti apa?
N1	Menurut saya radio merupakan salah satu media massa elektronik tertua dimasa nya dan menjadi bagian penting dari perjalanan sejarah perkembangan teknologi komunikasi dan sejarah perkembangan alat komunikasi. Selain itu, radio juga menorehkan jejak sejarah media massa bersama-sama dengan televisi, surat kabar, majalah, dan lain-lain. Karakteristik media massa serta karakteristik media penyiaran yang melekat pada radio membuatnya menjadi salah satu media komunikasi pilihan dalam

	membantu penyampaian pesan-pesan dengan cepat dan serentak sejak awal kemunculannya.
P	Apa sih yang membedakan Rasika FM dulu dengan sekarang?
N1	<p>Sebenarnya dari Visi Radio Rasika adalah Informasi dan hiburan yang memberikan solusi dan inovasi tiada henti dan Misi Radio Rasika: Menyiarkan program siaran yang bermanfaat bagi masyarakat, Mengutamakan kompetensi dan profesionalisme, Fokus pada pelanggan, Melakukan langkah-langkah terobosan di bisnis penyiaran, Mencapai keuntungan untuk peningkatan layanan siaran dan kesejahteraan karyawan.</p> <p>Dari Visi dan Misi yang sudah tersampaikan sejak awal peralihan manajemen bahwa sebenarnya tidak ada yang membedakan, Cuma sekarang ada namanya era digital ya, jadi cuma beda dari segi teknologi, untuk semangat Rasika dulu dan sekarang karena inovasi yang tiada henti tetap harus dilakukan dengan penuh semangat.</p>
P	Adakah strategi khusus yang dilakukan radio Rasika FM?
N1	Strategi khusus yang dilakukan Radio Rasika sejak awal peralihan manajemen dari frekwensi AM langsung dirubah mejadi FM dengan memilih program sebagai Radio berita dimana saat itu kebanyakan radio di jawa tengah adalah murni hiburan kecuali RRI, dan sampai sekarang program berita dtambah info traffic sebagi program unggulan.

P	Bagaimana menjalankan strategi khusus tersebut di radio Rasika FM?
N1	Cara menjalankan strategi khusus di Rasika FM, ya karena radio yang dijual adalah pendengar yang banyak dan untuk mendapatkan pendengar yang banyak program harus menarik dan banyak diminati masyarakat, selain bisa menghibur juga memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat yakni info jalan yang sudah di mulai sejak tahun 2000 yang kondisi jalan di Jawa Tengah atau kota Semarang saat itu belum ada kemacetan, tapi sudah ada banjir baik saat hujan besar atau rob akibat pasang air laut.
P	Bagaimana kalau strategi tersebut gagal, apa yang di lakukan?
N1	Cara mengetahui bahwa strategi itu berhasil adalah dengan menggunakan analisa SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) dan survey kecil sesuai kemampuan yang dimiliki Radio Rasik FM, Rasika menyebar dan mencari sekelompok masyarakat jangkauan frekwensi siar radio dengan memberikan stiker dan sedikit pertanyaan salah satunya terkait jam mendengarkan radio, acara, lagu dan program yang disukai.
P	Bagaimana cara mempromosikan radio Rasika FM terhadap masyarakat?
N1	Untuk mempromosikan radio Rasika kepada masyarakat, salah satunya dengan mengajukan kerjasama dengan sekolah SMA, beberapa komunitas, media sosial ada juga media cetak juga

	pernah.
P	Apa saja yang dilakukan radio Rasika FM terhadap persaingan yang sangat ketat sehingga menjadi radio unggulan?
N1	Yang dilakukan Radio Rasika dalam menghadapi persaingan yang ketat ini, kami tetap fokus pada visi misi dan disesuaikan dengan kebutuhan kondisi masyarakat saat ini selain melakukan terobosan terkait perkembangan teknologi saat ini seperti Radio digital 2.0 yang bisa melihat iklan apa aja yang sudah disiarkan, siapa penyiarinya, nama programnya apa dan sekarang radio visual yang launching video streaming pada tanggal 16 November 2018, jadi bukan streaming suara saja yang sudah banyak radio lakukan.

2. Informan 2 (N2)

Nama : Haris

Jabatan : Program Director

Tempat Wawancara : Ruang Produksi Radio Rasika FM Ungaran

P	Apa saja program yang di siarkan di Radio Rasika FM?
N2	“Di radio Rasika sendiri menyajikan banyak program ya... dari program hiburan, informasi, berita dan dakwah. Untuk program hiburan, ada program Keluarga Rasika (Info seputar keluarga, tips, dan Talk Show), Rasika Malam (teman belajar remaja), Talk Show (dialog dengan narasumber), serta Nglaras Sari. Lalu untuk informasi ada program Kelana Kota (informasi yang membahas tentang info lalu lintas secara aktual). Berikutnya ada program berita yakni Kabar Jawa Tengah. Untuk program dakwah yakni Istighosah, pengajian mutiara hikmah bersama KH Ahmad Asrory pendiri PonPes Al-Fitrah Surabaya”.
P	Bagaimana pertimbangan PD dalam menentukan penyiar?
N2	“untuk menentukan penyiar di radio Rasika sendiri sih.. penyiar itu harus pintar improvisasi dalam berbicara, berwawasan baik dan luas itu penting, good looking, penyiar harus menjadi orang yang menyenangkan. Untuk perekrutan penyiar, Rasika juga bekerjasama dengan sekolah radio yang dulu pernah ada namanya Lepkindo, jadi lebih fokus cari penyiarnya yang kemudian ditambah pengetahuan tentang pemberitaan untuk materi siaran”.

P	Program apa saja yang banyak diminati dan menjadi program unggulan?
N2	“program unggulan di Rasika untuk saat ini ada program dakwah itu Mutiara Hikmah dan informasi ada program Kelana Kota”.
P	Program acara yang baik itu seharusnya seperti apa ?
N2	“Program acara yang baik itu yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pendengar. Strategi manajemen program siaran radio diperlukan oleh sebuah media radio untuk merencanakan bagaimana agar program yang disiarkan bisa menarik banyak pendengar dan pengiklan, banyak pendengar biasanya berbanding lurus dengan banyak iklan, karena para pengiklan tentu hanya berminat pasang iklan di radio yang pendengarnya banyak dan sesuai target market mereka”.
P	Adakah penyiar khusus di setiap program acara?
N2	“tentu saja ada, dari penyiar khusus acara info traffic, penyiar khusus campur sari yang membawakan acaranya dengan bahasa Jawa halus, penyiar khusus remaja, serta penyiar Khusus Talk Show”.
P	Kenapa program unggulan tersebut di tayangkan pada pukul yang di tentukan?
N2	“kenapa....ya karena di Rasika, setiap program ditentukan menyesuaikan Target audience, meliputi habit pendengar & SES (status economy social) gitu...”.

P	Strategi apa saja yang di lakukan untuk membuat program-program acara di rasika diminati pendengar?
N2	“Strateginya....terutama ya melihat apa yang dibutuhkan masyarakat, maka program acara itulah yang kita buat, dengan sebelumnya melakukan FGD”.
P	Adakah jadwal khusus untuk mendatangkan bintang tamu?
N2	“ada... Setiap waktu tertentu bisa dibilang satu seminggu sekali mendatangkan tamu seperti komunitas, ahli kesehatan, pejabat daerah/kepolisian. Mereka mempunyai waktu khusus secara berkala”.
P	Faktor apa saja yang mempengaruhi penempatan waktu siar program acara?
N2	“terutama faktor kebiasaan pendengar dalam beraktifitas, contohnya seperti pagi-pagi orang berangkat kerja atau beraktifitas, nah...Rasika mulai menyajikan seperti berita dan info traffic. berikutnya selera musik sesuai usia target pendengar”.
P	Bagaimana mengatasi persaingan program-program di radio lainnya?
N2	“Cara mengatasi persaingan program di radio ya mencari peluang baru yang berbeda dengan program acara radio lain, sekreatif mungkin dalam mengemas suatu program, jika ada yang sama maka harus ada hal yang lebih dari competitor”.
P	Apakah radio Rasika FM melakukan perbandingan dengan radio lainnya?

N2	“Tentu iya...., setiap acara dikomper dengan radio lain yang dianggap competitor”.
----	--

3. Informan 3 (N3)

Nama : Yulius Ardhian

Jabatan : Penyiar

Tempat Wawancara : Ruang Produksi Radio Rasika FM Ungaran

P	Cara menyiarkan program yang baik itu seperti apa ?
N3	“ya penyiar yang baik penyiar yang mampu mengajak pendengar berdiskusi seperti sedang berbicara personal dari hati ke hati”.
P	Apakah penyiar bertugas sangat penting di program yang di bawakannya?
N3	“Penyiar berperan penting bagi suksesnya acara, pas dalam membawakan dan mempunyai antusias terhadap acara, ujungnya yaitu pendengar merasa nyaman dan mengerti apa yang disampaikan serta mendapatkan manfaat dari acara yang diasuhnya”.
P	Bagaimana cara menarik pendengar agar tetap mendengarkan radio Rasika FM?
N3	“Kemampuan Announcing atau berbicara adalah wajib dimiliki seorang penyiar, bukan hanya mampu berbicara tetapi juga mengolah kemampuan berbicaranya dengan mencari sisi-sisi menarik dari nilai-nilai announcing itu sendiri. Radio adalah media selintas, tidak bisa diulang, jadi dengan sekali bicara ,pendengar harus tahu maksud dan tujuan dari seorang penyiar berbicara. Contoh: penyiar campur sari harus pandai berbicara bahasa jawa halus, penyiar talk Show harus punya wawasan yang lebih luas”.

INTERVIEW GUIDE

A. Station Manager Radio Rasika FM

1. Bagaimana pandangan ibu/bpk terhadap radio masa dahulu dan masa kini?
2. Menurut bpk/ibu peran radio secara umum itu seperti apa?
3. Menurut ibu/bpk bagaimana perkembangan radio di era digital ini ?
4. Ancaman seperti apa saja yang dihadapi media penyiaran radio di era digital ini?
5. Adakah strategi khusus yang dilakukan radio Rasika FM?
6. Bagaimana menjalankan strategi khusus tersebut di radio Rasika FM?
7. Bagaimana cara mengetahui bahwa strategi tersebut berhasil apa tidak?
8. Bagaimana kalau strategi tersebut gagal, apa yang di lakukan?
9. Apa sih yang membedakan Rasika FM dulu dengan sekarang?
10. Seperti apa peran Radio Rasika Fm terhadap pendengar?
11. Bagaimana cara mempromosikan radio Rasika FM terhadap masyarakat?
12. Apa saja yang dilakukan radio Rasika FM terhadap persaingan yang sangat ketat sehingga menjadi radio unggulan?
13. Apakah radio Radio Rasika FM menerima iklan atau membuat iklan? Apa saja iklan tersebut?
14. Perubahan apa saja yang dilakukan radio Rasika FM untuk menjaga eksistensi hingga terus bertahan saat ini?
15. Apa yang dilakukan untuk menjaga pendengar agar tetap stay di radio Rasika FM?

B. Program Director Radio Rasika FM

1. Apa saja program yang di siarkan di Radio Rasika FM?
2. Dari pukul berapa Radio Rasika FM mulai tayang?
3. Bagaimana pertimbangan PD dalam menentukan penyiar?
4. Bagaimana proses produksi di radio Rasika FM dari pra produksi hingga pasca produksi?
5. Adakah kendala yang dihadapi saat proses produksi? Bagaimana mengatasinya?
6. Program apa saja yang banyak diminati dan menjadi program unggulan?
7. Kenapa program unggulan tersebut di tayangkan pada pukul yang di tentukan?
8. Apakah radio Rasika FM melakukan perbandingan dengan radio lainnya?
9. Adakah program acara off air?
10. Kapan penayangan program off air?
11. Program acara yang baik itu seharusnya seperti apa ?
12. Faktor apa saja yang mempengaruhi penempatan waktu siar program acara?
13. Adakah penyiar khusus di setiap program acara?
14. Strategi apa saja yang di lakukan untuk membuat program-program acara di rasika diminati pendengar?
15. Apakah radio rasika bersaing melalui media sosial?
16. Untuk butget sendiri, ketika mendatangkan bintang tamu, kira-kira berapa ya?

17. Adakah jadwal khusus untuk mendatangkan bintang tamu?
18. Bagaimana mengatasi persaingan program-program di radio lainya?
19. Adakah konsep-konsep program di radio Rasika FM?
20. Sejak kapan penggunaan jejaring sosial di gunakan oleh radio Rasika FM?
Apa keuntungannya?
21. Adakah program musik yang membedakan dari radio lainnya?

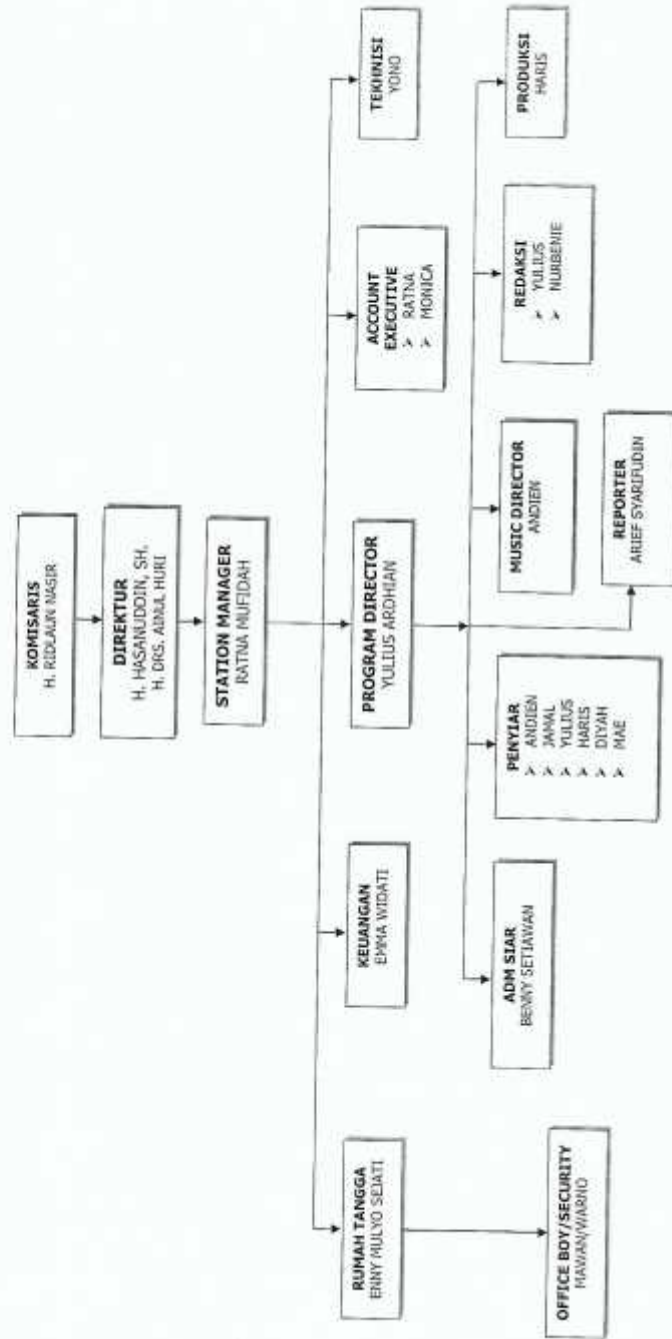
C. Penyiar Radio Rasika FM

1. Cara menyiarkan program yang baik itu seperti apa ?
2. Apakah penyiar bertugas sangat penting di program yang di bawakannya?
3. Bagaimana cara menarik pendengar agar tetap mendengarkan radio Rasika FM?
4. Adakah kemampuan khusus dalam membawakan sebuah program acara?

LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara
2. Struktur Organisasi
3. Dokumentasi

STRUKTUR ORGANISASI RADIO RASIKA 105.6 FM



DOKUMENTASI



Foto Ruang Editing Berita Dan Pembuatan Iklan



Foto Siaran On Air Di Studio