STRATEGI RADIO DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR MELALUI PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR

by Septi Nur Rahmawati

Submission date: 05-Nov-2020 01:33PM (UTC+0700)
Submission ID: 1436721378
File name: SEPTI_NUR_RAHMAWATI_-_16033000017.pdf (2.92M)
Word count: 14085
Character count: 84295

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan banyaknya stasiun radio siaran di Kota Malang, maka para pelaku di industri radio dituntut untuk semakin kreatif guna mempertahankan dan meningkatkan minat pendengar. Para pelaku di industri radio harus memiliki strategi yang tepat dalam menyusun sebuah program acara siaran. Program siaran harus dikemas secara menarik agar dapat diikuti banyak orang, misalnya mengadakan program Kuis di radio yang hadiahnya tiket nonton gratis, bingkisan menarik, atau yang lainnya. Supaya radio dapat terus bertahan dan digemari pendengar maka perlu adanya manajemen program yang variatif dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Pendengar akan fanatik mendengarkan radio apabila programnya menarik, lagu-lagu yang diputar enak didengar, penyiarnya ramah dan asik, juga tentunya informasinya yang masih fresh atau baru. Karena itulah penciptaan acara-acara siaran dan penjadwalan merupakan faktor terpenting yang dapat menentukan kesuksesan suatu radio. Karena tujuan terpenting dari membuat program radio adalah untuk didengarkan.

Radio sendiri sudah menjadi teman bagi para pendengarnya karena sifatnya yang portable dan bisa didengarkan dimana-mana, bisa didengarkan sambil menjalankan aktivitas lain entah itu hanya untuk

sekedar teman di perjalanan, maupun sebagai teman belajar. Dalam hal musik, radio memiliki kejutan karena pendengar biasanya tidak tahu lagu apa yang selanjutnya akan diputar. Radio memiliki sifat khasnya yang tidak dimiliki oleh media lain sehingga radio mampu bertahan hingga saat ini. Salah satu sifat khas dari radio yaitu sifatnya yang hangat, pendengar akan bereaksi terhadap kehangatan suara penyiarnya dan sering menganggap penyiar sebagai teman dekatnya. Di Indonesia secara umum radio memiliki karakter yang sama dengan media lainnya, seperti pesannya yang bersifat umum, berisi hal baru dan dapat dikonsumsi oleh publik. Selain sebagai media hiburan untuk mendengarkan musik atau lagu favorit radio juga memberikan sumber informasi tanpa harus membayar. Radio terbukti efektif sebagai sarana komunikasi massa yang bisa menjangkau seluruh lapisan masyarakat dan menembus batas, terlebih dengan adanya fasilitas streaming atau internet (Asep Syamsul, 2017 : 162).

Maraknya Platform musik seperti Joox dan Spotify yang akhir-akhir ini digemari oleh kebanyakan orang tidak membuat peran Radio sebagai media massa tergeser ke eksistensiannya. Dengan sifatnya yang “Theatre of Mind” atau imajinatif, sarana hiburan paling murah bahkan gratis, radio mampu bertahan dan bersaing bahkan tetap jaya di udara. Radio masih banyak didengarkan karena programnya yang menarik. Beragam program yang kreatif dan inovatif membuat radio semakin di minati pendengar dan tentunya memperkuat daya tarik pendengar dalam suatu program.

Pendengar bagi sebuah stasiun radio sangat penting kehadirannya, tanpa pendengar maka radio akan mati suri.

Di Kota Malang banyak Radio Swasta yang menyajikan Program dengan segmen Remaja atau Anak Muda. Salah satu Radio dengan segmen Remaja atau Anak Muda adalah Radio MFM 101.3 FM. MFM merupakan radio swasta yang berlokasi di Jl. Terusan Candi Kalasan lantai II, Blimbing, Malang, tepatnya berada di dalam kawasan STIE Malangkucecwara. Di bawah naungan PT Radio Malangkucecwara, MFM mulai mengudara pada frekuensi 101.6 MHz. Dengan slogan *It's My Life*, MFM bertekad untuk bisa menjadi bagian dari hidup *M-People* (sebutan pendengar MFM). Di tahun 2004, sesuai dengan Keputusan Ditjen Postel 99/2004, MFM berpindah frekuensi ke 101.3 MHz. (https://mfm1013.com/about-us/ diakses 28 Oktober 2019).

Upaya MFM dalam menghadapi realitas saat ini adalah dengan terus konsisten pada jalurnya menjadi radio anak muda paling asik di Malang. Sampai hari ini ada beragam program unggulan yang telah mengudara selama bertahun-tahun karena selalu dinantikan kehadirannya. Salah satu program unggulan tersebut adalah program *Sikat Pagi* alias Siaran bikin Semangat Pagi yang membuat suasana lebih ceria di pagi hari dengan beragam segmen menarik seperti segmen *Dear You,* di segmen ini *M-People* bisa kirim salam, sekedar mengucapkan selamat ulang tahun ke sahabat, pacar, atau orang tua sekaligus bisa request tiga lagu yang sudah disiapkan oleh dua penyiar *Sikat Pagi*. Ada juga segmen *Mas Joss,* di

segmen ini *M-people* bisa mendapatkan tips-tips dan info menarik. Dan masih banyak lagi segmen seperti *Jaman Now, Brosis, 90's Rewind* di segmen ini bisa request 3 lagu 90-an, *Polling Ala-Ala* di segmen ini *M-Minded* mengajak *M-People* untuk berpartisipasi melalui media sosial yaitu Twitter, *dan Police Line* setiap dua minggu sekali yang mendatangkan narasumber dari kepolisian Polres Malang Kota. Sebagai radio anak muda di Kota Malang, MFM Radio memfasilitasi pendengar untuk berinteraksi dengan MFM melalui media sosial yang terus berkembang dari waktu ke waktu seperti Whatsapp, Facebook, Twitter, Instagram, dan Website MFM.

Mengelola program anak muda pastinya tidak gampang dan penuh tantangan, apalagi banyak radio swasta serupa yang format siarannya hampir sama dengan Radio MFM. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terkait Strategi Radio MFM dalam meningkatkan minat pendengar melalui program *Sikat Pagi*. *Sikat Pagi* merupakan salah satu program unggulan yang ada di Radio MFM. Program ini mengudara setiap hari senin sampai jum'at mulai dari jam 6 pagi sampai jam 10.00 pagi. Program dengan durasi 4 jam yang dipandu oleh 2 penyiar yaitu *Rachman Nordiant* dan *Muhammad Faris* dengan pembawaan yang Humoris ini mampu membuat pendengar semangat di pagi hari. Di program tersebut M People bisa ikutan memberi pendapatnya di segmen POLA dan Brosis, mendapat tips dan info menarik di segmen Mas Joss, bisa kirim salam lewat segmen Dear You, dan banyak tau tentang *Update*

musik terbaru. *Sikat Pagi* sudah mengudara kurang lebih 3 tahun. Mengingat sebuah program diukur dari sejauh mana program tersebut dapat bertahan pada stasiun radio tersebut, karena dengan strategi yang tepat program akan mampu bertahan meskipun banyak radio dengan program dan format yang menyerupai.

Butuh strategi dan manajemen program yang baik untuk mengelola suatu program agar tidak monoton dan menarik minat pendengar. Dalam dunia keradioan, mengerti format stasiun adalah jantung dari seluruh kinerja pemrograman (Masduki, 2004 : 35). Menurut Joseph Dominick, Format siaran sebuah radio tidak hanya dikenali lewat program siarannya, namun juga dari "air personality" penyiarnya, gaya bertuturnya, pilihan musik dan lagu, juga spot atau iklan, jinggel, dan bentuk-bentuk promosi acara radio lainnya.

Strategi dan Manajemen program sangat diperlukan bagi stasiun radio untuk dapat menciptakan program dengan kualitas yang baik, sehingga mampu menarik perhatian pendengar. Pemrograman radio merupakan penciptaan acara-acara siaran dan penjadwalan. Programming merupakan faktor paling penting yang menentukan kesusksesan suatu radio. Berdasarkan tujuannya program acara radio ditujukan untuk memperoleh respon pendengar. Pemrograman radio terdiri dari perencanaan jadwal siaran, isi siaran, dan produksi program selama periode tertentu (Asep Syamsul, 2017 : 61).

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, alasan peneliti memilih topik radio dan bukan media lainnya karena, radio menjadi media yang tertantang saat ini dengan media massa lain untuk itu peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai strategi Radio MFM dalam meningkatkan minat pendengar melalui program *Sikat Pagi*. Karena pada tahun 2016 peneliti tidak sengaja mendengarkan Radio MFM dan seketika tertarik untuk mendengarkan lebih lama program siarannya, musiknya, bahkan senang mendengarkan penyiar *Sikat Pagi* yaitu *Rachman Nordiant*, apalagi ketika request lagu dan kirim salam selalu deg-deg an ketika dibacakan oleh penyiar. Setiap hari selalu mengikuti program acara siarannya dan selalu bersemangat kalau di MFM ada kuis, waktu itu peneliti pernah mendapatkan bingkisan minuman dari Radio MFM di program acara *Sikat Pagi*, pernah juga mendapatkan voucher makan gratis dari program M Kuliner, dan pernah mendapat tiket nonton gratis tiga kali. Dan pada tahun ini peneliti semakin rutin untuk mendengarkan Radio MFM. Karena itulah peneliti berkeinginan untuk melakukan penelitian di Radio MFM.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang peneliti uraikan di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi On Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi* sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar ?.

2. Bagaimana Strategi Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi* sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar ?.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang tersaji, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui Strategi On Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi* sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar.
2. Untuk mengetahui Strategi Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi* sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Broadcasting, Universitas Merdeka Malang. Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan kajian Komunikasi Massa Radio serta dapat menambah pemahaman terkait dengan manajemen program dan produksi program siaran radio terutama dalam bidang Broadcasting.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat meningkatkan minat pendengar terhadap Radio MFM dan memperluas pengetahuan peneliti tentang dunia Radio. Juga sebagai bahan masukan bagi Radio MFM dalam meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar melalui program-programnya.

BAB II

KERANGKA DASAR TEORI

2.1 Sejarah dan Perkembangan Radio Siaran

Radio merupakan media komunikasi paling tua di Indonesia yaitu sejak tahun 1911. Dalam sejarahnya, radio pernah berperan besar mentransmisikan informasi kekuasaan, konflik dan integrasi di Indonesia (Masduki, 2003 : 5). Dalam *Radio Siaran, Teori dan Praktik*, Prof. Onong Uchyana Effendi menyebutkan radio pertama di Indonesia adalah Bataviasche Radio Vergining (BRV), radio ini resmi didirikan pada 16 Juni 1925 di Jakarta. Semua radio siaran memiliki status swasta. Tahun 1999 jumlah radio siaran swasta di Indonesia mencapai 915 buah dan pada tahun 2002 provider penyedia jasa siaran dan penerima siaran radio satelit Worldspace mulai beroperasi di Indonesia (Masduki, 2004 : 7). Radio siaran adalah institusi yang tergolong kecil (small corporation) sehingga pembagian kerjanya tidak terlampau rumit, kecuali RRI yang terlanjur diformat sebagai institusi birokrasi pemerintah.

Di Indonesia sejalan dengan perkembangan dan kemajuan radio siaran di akhir tahun 1960-an, banyak radio siaran swasta khususnya di Jakarta sudah mulai merambah menggunakan jalur AM. Perkembangan teknologi radio dengan menggunakan jalur AM hingga FM merupakan sepak terjang para insan radio siaran untuk terus menyajikan program-

program yang unik dan menarik (Triartanto, 2010 : 61). Di Indonesia mayoritas radio siaran swasta menempati gelombang AM pada tahun 1970-an sampai akhir 1980-an. Namun, sejak tahun 1988 hingga awal 1990-an, hampir seluruh radio siaran swasta beralih ke jalur FM. Melalui jalur FM radio siaran mulai menyadari pentingnya format siaran, segmentasi, dan *positioning* (Triartanto, 2010 : 64).

Menurut UU Penyiaran No. 32 tahun 2002 radio siaran dibagi menjadi tiga jenis yaitu radio publik menggantikan radio pemerintah, radio komersial, dan radio komunitas. Wilayah kerja di radio siaran umumnya terbagi tiga: (1) produksi siaran, yaitu mengelola seluruh proses produksi hingga *on air* acara siaran; (2) pemasaran siaran, yaitu mengelola pemasukan iklan, keuangan, personalia, dan kehumasan, termasuk klub pendengar; (3) teknik siaran, yaitu mengelola stabilitas peralatan teknis siaran selama 24 jam (Masduki, 2004 : 30).

Tujuan penyiaran program di radio siaran adalah untuk memberikan informasi kepada masyarakat, memberikan hiburan, memberikan pengetahuan, memberikan semangat atau dorongan untuk perubahan dalam diri. Di masa sekarang, radio siaran sebagian besar bertujuan untuk hiburan. Sejak tahun 2004 diberlakukan penertiban gelombang dan frekuensi terhadap seluruh radio siaran swasta nasional, termasuk radio lokal dan komunitas sehingga tidak saling mengganggu satu dengan yang lain. Oleh karena itu, setiap radio siaran di Indonesia yang tergabung dalam PRSSNI

(Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia) memiliki frekuensi dan *Callsign*-nya masing-masing (Triartanto, 2010 : 67).

2.2 Eksistensi Radio Siaran

Sebagai sebuah industri hiburan dan informasi, media radio siaran sangat perlu dikelola secara lebih profesional. Ukuran yang harus dicapai bukan hanya sekedar kesuksesan finansial, tetapi juga perlu adanya kemampuan untuk menunjukkan eksistensinya sebagai radio siaran yang dapat menjadi panutan dan kontrol sosial. Menurut Purwodarminto dalam Jurnal Tresna dan Kartini mengenai Strategi program radio dalam mempertahankan Eksistensinya, eksistensi mengandung pengertian tentang keberadaan suatu kegiatan yang secara terus-menerus dilakukan sehingga kegiatan terus berjalan dengan lancar. Sedangkan pengertian eksistensi pada program radio adalah kemampuan sebuah program radio untuk bertahan dalam waktu yang cukup lama.

Banyak pengamat komunikasi memperkirakan radio akan kehilangan pendengar karena televisi dianggap akan mengambil alih peran radio, namun perkiraan itu tidak sepenuhnya terjadi. Menurut peneliti media dari Australia, Krishna Sen, pasca Orde Baru peluang radio untuk menjadi sumber opini semakin besar. Radio siaran ibarat binatang raksasa yang baru saja bangun dari tidur panjang sehingga membutuhkan pawang yang cerdas (Masduki, 2003 : 30).

Kemunculan berbagai platform media massa baru seperti Internet yang bisa diakses kapanpun dan dimanapun tidak membuat Eksistensi Radio Siaran hilang begitu saja. Justru radio siaran harus mampu membuat inovasi-inovasi dan gebrakan dengan menggandeng teknologi internet. Dengan adanya Internet stasiun radio bisa membuat website untuk wadah pengarsipan siaran radio setiap harinya, dan pendengar juga dapat mengikuti program acara siaran secara *streaming*. Selain itu radio akan semakin dikenal tidak hanya di wilayah jangkauannya tetapi juga dari luar wilayah jangkauannya. Maka dengan adanya internet bukan menjadi suatu ancaman tetapi sebagai peluang radio untuk tetap mempertahankan eksistensinya, sama halnya yang sudah dilakukan oleh Radio MFM. Kemajuan teknologi di bidang media massa memungkinkan radio siaran tetap terus eksis, sebab hanya radio yang bisa membuat pendengarnya berimajinasi (Triartanto, 2010 : 186).

2.3 Radio di Era New Media

Mendengarkan siaran radio saat ini dengan yang dulu sangat berbeda. Saat ini mendengarkan siaran radio bisa melalui *Radio Streaming* tanpa harus membawa radio konvensional secara fisik atau radio manual, yang tentunya jangkauan siarannya lebih luas, tidak hanya terbatas pada wilayah tertentu saja tetapi mencakup wilayah nasional. Para pelaku di industri radio menggunakan media internet sebagai inovasi pengembangan

penyiaran untuk terus menumbuhkan kreativitas dalam pengelolaan program siarannya.

Menurut Harliantara (2019) Sebagian besar penyiaran radio di Indonesia telah membuat situs web untuk mempromosikan lembaga penyiaran radio dengan menyediakan beragam informasi serta layanan *on air* program dan musik. Hal ini merupakan upaya untuk menigkatkan akses layanan siaran radio yang lebih modern dan efektif.

Website stasiun radio juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan iklan dari pebisnis yang melihat peluang besar dikarenakan *followers* atau pengikut di website stasiun radio yang jumlahnya banyak, dan ini merupakan bentuk strategi radio dalam meningkatkan minat pendengar. Selain itu, internet atau media sosial yang dimiliki stasiun radio juga mendorong adanya interaksi sosial penyiaran radio agar tetap eksis.

Seperti halnya Radio MFM, yang menyuguhkan siarannya bukan hanya di gelombang elektromagnetik tetapi juga melalui internet (streaming) serta penggunaan media sosial seperti facebook, twitter, instagram, dan whatsapp guna menunjang siaran yang dilakukan. Dulu ketika pendengar ingin menyalurkan aspirasi atau sekedar kirim salam dan request lagu, harus datang ke stasiun radio terlebih dahulu atau ke warung telepon (wartel). Sekarang, dengan adanya media sosial semua interaksi

yang terjadi antara pendengar dan penyiar semakin dipermudah tanpa adanya batasan ruang dan waktu selama memiliki akses jaringan internet.

2.4 Strategi dan Manajemen Radio Siaran

Strategi dan Manajemen Radio Siaran dalam memenangkan perhatian pendengar salah satunya dengan mengenali atau meneliti kebutuhan pendengar. Strategi disini merupakan kiat-kiat untuk mencapai tujuan dalam pelaksanaan misi suatu radio, sedangkan manajemen radio disebut sebagai proses perencanaan. Strategi memenangkan perhatian pendengar sama dengan strategi pemasaran, dimana pendengar diibaratkan pasar dan program yang disiarkan diibaratkan sebagai produk yang ditawarkan.

Menurut Susan Tyler Eastman dalam bukunya Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices, 2005. Strategi radio dalam melakukan penyiaran untuk memperoleh pendengar meliputi: (1) Strategi Kesesuaian, yaitu kesesuaian penjadwalan, tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan pendengar. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan siapa pendengar dalam setiap waktu dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar pada saat itu. Jadi, sebuah program harus disusun berdasarkan kegiatan sehari-hari pendengarnya. (2) Strategi Pembentukan Kebiasaan, disini penyajian setiap program acara dilakukan secara rutin waktu siarnya. Seperti pada program *Sikat Pagi* diperlukan adanya strategi yang dilakukan untuk membangun

kebiasaan, yaitu dengan pembuatan *adlips* dan pembuatan *rundown*. Dengan adanya *adlips*, pendengar akan mengingat program-program yang ada di Radio MFM, sedangkan *rundown* menjadi acuan bagi penyiar terutama penyiar *Sikat Pagi* untuk menyiarkan secara tepat segmen pada sebuah program dengan tujuan pendengar akan terbiasa dengan alur penyajian program di *Sikat Pagi*. (3) Strategi Pengontrolan Arus Pendengar, dilakukan untuk meminimalkan jumlah pendengar agar tidak beralih ke saluran radio yang lain, hal ini dapat dilakukan dengan metode menyajikan program yang berbeda. Strategi ini dilakukan dengan cara menetapkan standar mutu, melakukan pengawasan, dan melakukan evaluasi. (4) Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program, dimaksudkan agar program-program tersebut bisa dipakai lagi suatu saat tentunya dengan cara penyajian yang berbeda. (5) Strategi Daya Penarik Massa, yaitu dengan mengemas program siaran semenarik mungkin dan sesuai dengan kebutuhan pendengar (Anwarudin, 2010: 14).

Dalam hal strategi merebut perhatian pendengar menurut Kottler (1980) terdapat tiga tahap yaitu *Segmentasi pendengar* adalah strategi untuk memahami struktur pendengar, *Targetting* untuk menentukan pendengar yang akan dijangkau, dan selanjutnya *Positioning* (Morissan, 2011 : 174). Oleh karena itu memahami tipologi pendengar sangat penting karena pendengar merupakan konsumen produk siaran. Menurut skala partisipasi terhadap acara siaran, ada empat tipologi pendengar yaitu :

1. Pendengar Spontan

Bersifat kebetulan, tidak berencana untuk mendengarkan siaran radio tertentu dan perhatian mudah teralihkan. Misalkan seseorang tiba tiba mendengarkan program *Sikat Pagi* pada saat di mobil atau tidak sengaja mendengarkan radio yang di dengarkan oleh tetangga mereka.

2. Pendengar Pasif

Mendengarkan radio karena suka musiknya, untuk menghibur diri, maupun untuk mengiringi aktivitas lain. Contohnya pada saat mengerjakan tugas memilih untuk mendengarkan radio tetapi hanya memilih lagunya saja, dan pada saat iklan, bergeser ke frekuensi lain.

3. Pendengar Selektif

Mendengarkan siaran radio pada saat jam atau siaran tertentu saja, dan fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu, menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya. Misalkan saja mendengarkan radio MFM pada saat program *Sikat Pagi* karena penyiarnya yang heboh, asik, humoris, dan lain sebagainya. Tidak terlalu suka mendengarkan program yang lain selain *Sikat Pagi*.

4. Pendengar Aktif

Mendengarkan radio dimana pun dan kapan pun, serta aktif berinteraksi melalui media sosial, dan sudah menjadikan radio sahabat utama tidak hanya pada waktu luang saja.

2.5 Karakteristik Radio

Radio adalah Suara. Suara sendiri merupakan kekuatan atau modal utama suatu radio untuk menstimulasi pendengarnya. Suara dalam radio merupakan kombinasi dari tekanan emosional, persepsi, dan fisikal yang berasal dari suatu suara yang termediasi oleh teknologi kemudian menimbulkan formasi imajinasi visual di benak pendengar (Masduki, 2004 : 16). Sebagai media massa radio memiliki tiga kekuatan. *Pertama*, mobilitas tinggi: radio bisa membawa pendengarnya kemana-mana, sambil tetap melakukan aktivitas lain. *Kedua*, realitas: radio menggiring imajinasi pendengar melalui efek suara. *Ketiga*, Kesegeraan: radio menyajikan informasi secara cepat, bahkan bisa secara live report (langsung di lokasi kejadian).

Asep Syamsul (2017 : 13) berpendapat bahwa Radio sebagai media massa pasti memiliki kelemahan dan kelebihannya masing-masing seperti: (1) Bersifat Selintas, karena sifatnya yang selintas siaran radio mudah dilupakan oleh pendengar. Pendengar juga tidak bisa mengulang informasi yang didengarkannya. (2) Adanya Batasan Waktu, karena hanya 24 jam sehari. (3) Mengandung Gangguan, faktor gangguan yang terdapat dalam radio adalah faktor kesalahan manusia dan faktor kesalahan teknis. Faktor kesalahan manusia seperti, penyiar salah dalam mengucapkan kata-kata, atau kesalahan pada naskah siaran, maupun kesalahan penerimaan kata-kata di telinga pendengar. Sedangkan faktor kesalahan teknis terjadi karena

adanya gangguan teknik yang menyebabkan pendengar tidak bisa mendengarkan siaran radio dengan jelas. (4) Theatre of Mind atau Imajinatif, radio mampu menciptakan suatu gambaran melalui kekuatan kata dan efek suara sehingga bisa membuat pendengarnya berimajinasi. Imajinasi pendengar sangat beragam bahkan tentang sosok penyiar radio itu sendiri. (5) Fleksibel, sangat mudah untuk dinikmati atau didengarkan sambil mengerjakan aktivitas lain seperti mengerjakan tugas, mengemudi, maupun santai. (6) Murah, pendengar tidak dipungut biaya sama sekali dibandingkan dengan media lain. (7) Cepat dan Langsung, radio merupakan media tercepat dalam menyampaikan informasi dibandingkan dengan media lain seperti TV atau media cetak. Reporter radio dapat menyampaikan berita atau informasi secara langsung melalui telepon. (8) Tanpa Batas, siaran radio mampu menembus batas-batas geografis, SARA (Suku, Agama, Ras, Antargolongan) dan kelas sosial.

2.6 Elemen Produksi Siaran Radio

Kebanyakan orang mendengarkan radio karena musiknya yang enak didengar, program siarannya yang menarik dan inovatif, suara penyiarnya yang gurih dan pembawaannya yang asyik, dan yang pasti informasinya yang update dan fresh. Jika itu semua tidak menarik maka orang yang mendengarkan radio akan bosan dan berpaling ke media massa yang lain.

Berikut elemen-elemen yang mendukung suatu siaran radio:

1. Musik

Musik dalam siaran radio berfungsi untuk menciptakan imajinasi tentang suatu gambaran tertentu seperti suasana di suatu tempat, menambah warna, serta memperkuat suasana siaran. Dalam siaran program radio, musik merupakan nyawa radio. Musik yang baik dan pas tentunya mampu menciptakan suasana yang tepat sesuai dengan format program siaran radio. Musik merupakan bagian terbesar dari dunia radio siaran, karena kekuatan radio yang sesungguhnya terletak pada musik atau lagu-lagu yang dikemas dalam suatu program (Triartanto, 2010 : 129).

2. Efek Suara (Sound Effect)

Suara-suara tiruan yang dapat membuat pendengar berimajinasi. Efek suara membantu untuk menciptakan gambaran tempat atau suasana tertentu di benak pendengar seperti suara gemercik air yang menggambarkan di alam terbuka, suara klakson mobil menggambarkan suasana di jalan raya yang sedang macet, dan lainnya. Efek suara yang ditempatkan secara tepat dan pas dalam bagian program tanpa disadari dapat membuat pendengar memahami isi siaran radio secara imajinatif (Triartanto, 2010 : 134).

3. Words/Human Voice

Suara penyiar (*announcer*) yang enak didengar pastinya. Serta aspek dalam penggunaan "suara manusia", yaitu naskah atau script siaran yang baik dan teknik vokal (Asep Syamsul, 2017 : 38).

2.7 Format Siaran Radio

Format Siaran Radio dijadikan acuan untuk menyusun acara-acara (Program) siaran. Format program menjadi salah satu identitas sebuah stasiun radio. Selain itu, format program bisa menjadikan suatu radio diakui eksistensinya dan pastinya memiliki pendengar yang khas (Triartanto, 2010 : 139). Format radio menjelaskan keseluruhan konten siaran dan pastinya ditetapkan sebelum acara pertama disiarkan. Visi dan Misi suatu radio juga menentukan format siaran sebuah radio. Karena banyaknya radio yang ada di Kota Malang, maka tiap radio berusaha untuk tampil lebih beda dari radio lainnya. Format siaran radio dibagi menjadi dua jenis format yaitu Siaran Artistik (seni/hiburan) dan Siaran Jurnalistik (informasi). Hampir semua radio menggabungkan kedua format tersebut dengan penekanan porsi lebih besar pada salah satunya.

Contohnya Radio MFM yang penekanan porsi siaran condong ke siaran artistik, hal ini dikarenakan pendengar memang membutuhkan keduanya yaitu hiburan dan informasi. Siaran artistik meliputi program musik/lagu, drama radio, kuis, humor, dan infotainment. Siaran jurnalistik meliputi program berita seperti *breaking news*, *feature radio*, dokumenter, dan *news bulletin*. Terdapat juga format acara siaran berupa *variety show*, yang merupakan kombinasi dari berbagai format acara yang berisi tips-tips, wawancara, kuis, permintaan lagu, info aktual, dialog interaktif, dan lainnya seperti yang diterapkan pada program *Sikat Pagi* (Asep Syamsul: 2017).

2.8 Program Siaran Radio

Program adalah segala hal yang ditampilkan maupun yang disiarkan oleh stasiun penyiaran guna memenuhi kebutuhan audien. Program merupakan faktor yang membuat audien atau pendengar tertarik untuk mengikuti acara siaran di radio. Program yang baik dan menarik pasti akan mendatangkan banyak pendengar. Pemrograman radio merupakan faktor paling penting untuk menentukan kesuksesan suatu radio. Pemrograman radio terdiri dari perencanaan jadwal siaran, isi siaran, dan produksi program.

2.8.1 Prinsip Programming

Programmer harus membuat pola program siaran secara teratur atau secara reguler untuk membuat pendengar terus mengikuti program siaran tersebut. Selain itu *Repetition* atau pengulangan juga diperlukan untuk "*pembelajaran oral*" seperti tema kunci, frasa, atau slogan. Program siaran radio juga harus sesuai dengan kebutuhan dan minat pendengar termasuk gaya dan format siaran yang harus mengikuti pola-pola yang terbiasa bagi pendengar. Harus ada sensor internal untuk materi siaran supaya tetap pada visi misi radio, kebutuhan pendengar, dan kode etik siaran. Programmer juga harus pintar memilih penyiar yang pas untuk suatu program tertentu (Asep Syamsul, 2017 : 62).

2.8.2 Jenis Program

Program siaran dari segi waktu penyiaran meliputi Program Harian (Daily Program/Regular Program) dan Program Mingguan (Weekly Program/Special Program). Program Harian sendiri merupakan program yang rutin disiarkan tiap hari dan jam yang sama. Biasanya Senin s/d Jum'at seperti Program *Sikat Pagi*. Sedangkan Program Mingguan merupakan program siaran yang disiarkan seminggu sekali pada hari dan jam yang sama, termasuk program khusus hari Sabtu dan Minggu (Weekend Program).

2.8.3 Proses Programming

Proses programming terdiri dari perencanaan, akuisisi, eksekusi, dan kontrol program. *Perencanaan*, yaitu dengan pemilihan format siaran yang tepat agar dapat menarik minat pendengar. *Akuisisi*, proses pelaksanaan rencana program. *Eksekusi*, proses pelaksanaan penyiaran program. *Kontrol Program*, memantau program apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pendengar atau belum (Asep Syamsul, 2017 : 68).

2.9 Teori Strategi Program Pringle, Starr, dan McCavitt

Retnowati (2009 : 20) berpendapat bahwa menurut Pringle, Starr, dan McCavitt, strategi program sangat dipengaruhi oleh kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan. Pendengar merupakan konsumen yang mendengarkan program-program sebuah stasiun penyiar.

Programming harus disusun sesuai dengan kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan, sehingga dapat meningkatkan minat pendengar. Selain itu pelaku di industri radio juga berusaha untuk memproduksi program dengan nilai komersial tinggi, guna menarik jumlah pendengar dan pengiklan yang tinggi. Pemilihan dan penjadwalan program juga dirancang agar menjadi media promosi produk yang baik. Diperlukan juga lembaga-lembaga yang bertugas untuk memastikan stasiun radio tersebut berada pada jalur yang melayani kepentingan orang banyak. Dengan harapan programming tidak hanya ditujukan untuk kepentingan finansial saja tetapi harus memperhatikan standar mutu program.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan bagaimana strategi On Air dan Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi* sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar. Serta menggali informasi secara lebih mendalam untuk mendapatkan data-data yang akurat. Penelitian kualitatif lebih bersifat deskriptif dan data yang terkumpul berupa kata-kata atau gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Secara intensif peneliti ikut berpartisipasi di lokasi penelitian, mencatat dan melakukan analisis terhadap apa yang ditemukan di lokasi penelitian serta membuat laporan penelitian secara detail, seperti melihat proses siaran di Radio MFM.

Rancangan penelitian kualitatif diibaratkan oleh Bogdan, seperti orang mau piknik, sehingga ia baru tahu tempat yang akan dituju, tetapi belum tentu tahu pasti apa yang ada di tempat itu. Ia akan tahu setelah memasuki obyek, dengan cara membaca berbagai informasi tertulis, gambar-gambar, berfikir dan melihat obyek dan aktivitas orang yang ada di sekelilingnya, melakukan wawancara dan sebagainya. Hasil akhir dari

penelitian kualitatif tidak hanya sekedar menghasilkan data atau informasi yang sulit dicari tetapi juga menghasilkan informasi-informasi yang bermakna dan dapat membantu mengatasi masalah dan meningkatkan taraf hidup manusia (Sugiyono, 2015 : 17).

3.2 Fokus Penelitian

Dalam mempertajam penelitian, peneliti kualitatif menetapkan fokus. Spradley dalam Sugiyono (2015 : 17) menyatakan bahwa *"A focused refer to a single cultural domain or a few related domains"*. Fokus merupakan domain tunggal atau beberapa domain yang terkait dari situasi sosial. Spradley dalam Sanapiah Faisal (1988) mengemukakan empat alternatif untuk menetapkan fokus penelitian yaitu: (1) Menetapkan fokus pada permasalahan yang disarankan oleh informan. (2) Menetapkan fokus berdasarkan domain-domain tertentu. (3) Menetapkan fokus yang memiliki nilai temuan untuk pengembangan iptek. (4) Menetapkan fokus berdasarkan permasalahan yang terkait dengan teori-teori yang sudah ada. Untuk memperoleh informasi, maka fokus dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Strategi On Air dan Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi* sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar.
2. Proses apa saja yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola program siaran *Sikat Pagi* dari mulai perencanaan, eksekusi program, kualitas penyiar, hingga proses evaluasi program.

3.3 Informan Penelitian

Informan penelitian yang menjadi tujuan untuk mendapatkan informasi penelitian ini adalah Eksekutif Produser, yang bertanggung jawab mengenai kualitas siaran dan kualitas penyiar di program *Sikat Pagi* maupun program siaran yang lain. Program Director, juga menjadi tujuan untuk mendapatkan informasi karena bertugas untuk memproduksi program serta bertanggung jawab terhadap acara siaran *Sikat Pagi*. Penyiar, juga tidak kalah penting karena yang bertanggung jawab secara langsung terhadap keberhasilan program. Serta Pendengar atau yang biasa disebut dengan panggilan *M-people*, karena tanpa pendengar, program acara siaran terasa sia-sia. Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan *"social situation"* atau situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis (Sugiyono: 2015). Berikut informan penelitian yang menjadi tujuan untuk mendapatkan informasi penelitian ini adalah :

a. Eksekutif Produser

Produser acara yang bertugas mengkoordinasi, mengarahkan penyiar dalam menjalankan tugasnya serta melakukan penataan sekaligus memberi masukan bagi kelancaran program *Sikat Pagi*.

b. Program Director

Program Director adalah Pimpinan yang bertanggung jawab terhadap pelaksanaan program di Radio MFM 101.3 termasuk program *Sikat Pagi*.

c. Penyiar *Sikat Pagi*

Penyiar sangat berperan penting dalam suatu program, Ada dua penyiar di program *Sikat Pagi* yang membuat suasana program menjadi hidup, dan yang pasti bertanggung jawab secara langsung terhadap keberhasilan program.

d. Pendengar setia *Sikat Pagi*

Pendengar juga berperan penting dalam dunia radio siaran, tanpa pendengar program tidak akan sukses karena tidak ada yang mendengarkan dan berpartisipasi. Dengan adanya pendengar setia, bisa menambah jumlah pengiklan bagi stasiun radio. Disini peneliti mewawancarai beberapa *M-People* atau Pendengar setia *Sikat Pagi*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi

(pengamatan), interview (wawancara), dokumentasi dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2015 : 62).

1. Observasi

Sanafiah Faisal (1990) dalam Sugiyono (2015 : 62-63) mengklasifikasikan observasi menjadi observasi berpartisipasi, observasi secara terang-terangan dan tersamar, dan observasi yang tak berstruktur. Observasi partisipasi, peneliti terlibat langsung dalam kegiatan yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber penelitian. Observasi terus terang, peneliti melakukan penelitian dengan terus terang menyatakan bahwa sedang melakukan penelitian. Observasi tak berstruktur, fokus penelitian belum jelas dan bisa berkembang selama kegiatan observasi berlangsung. Seperti menyaksikan langsung proses siaran program *Sikat Pagi* di Radio MFM dan mencatat sesuatu yang berhubungan dengan program acara siaran di Radio MFM.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi atau bisa disebut komunikasi antar pribadi. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti melakukan studi untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Menurut Esterberg (2002) dalam (Sugiyono, 2015 : 63) wawancara ada beberapa macam yaitu *wawancara terstruktur*, *semiterstruktur*, dan *tidak terstruktur*. (1) Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik

pengumpulan data, bila peneliti telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Ketika melakukan wawancara peneliti telah menyiapkan pertanyaan-pertanyaan tertulis. (2) Wawancara Semiterstruktur, pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. (3) Wawancara tak berstruktur, peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang sudah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan, khususnya tentang Strategi On Air dan Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi*. Dengan melakukan wawancara maka, peneliti dapat memperoleh data tentang strategi yang dilakukan Radio MFM dalam meningkatkan minat pendengar.

3. Dokumentasi

Hasil wawancara dan observasi akan lebih terpercaya bila didukung dengan adanya dokumentasi. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya. Dokumen yang dimaksud dalam penelitian ini meliputi, profil Radio MFM, struktur organisasinya, proses kegiatan penyiaran, dan lain-lain.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam.

Dalam hal analisis data kualitatif, Bogdan menyatakan bahwa Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain (Sugiyono: 2015).

Dalam hal ini penulis menggunakan beberapa tahap dalam menganalisis data yaitu:

a. Pengumpulan data dan informasi melalui wawancara terhadap informan, kemudian melakukan observasi langsung guna mengambil data atau dokumentasi untuk menunjang penelitian agar mendapatkan sumber data yang diharapkan.
b. Tahap reduksi, pada tahap ini penulis telah melakukan wawancara dan observasi dengan beberapa informan yaitu dengan program director, penyiar *Sikat Pagi*, eksekutif produser dan pendengar setia *Sikat Pagi*. Kemudian data yang telah didapatkan kemudian diolah melalui tahap reduksi data.
c. Tahap display data, pada tahap ini data yang telah di reduksi disajikan dalam bentuk seperti hasil wawancara, tabel, bagan, dokumen berupa foto, dan beberapa data yang telah penulis deskripsikan sendiri.
d. Tahap verification data, pada tahap ini penulis sudah melakukan verifikasi data dan memenyimpulkan data selama melakukan penelitian di Radio MFM 101.3 FM, dan telah melakukan

pemeriksaan dan mencocokkan kebenaran data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

3.6 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Jl. Terusan Candi Kalasan lantai II Blimbing, Malang. Alasan peneliti ingin meneliti di tempat ini karena MFM merupakan radio anak muda paling asyik yang terus mengikuti perkembangan anak muda dengan beragam program dan segmen yang menarik seperti pada program *Sikat Pagi*.

3.7 Jadwal Penelitian

Penelitian yang berlangsung mempunyai jadwal yang telah dilaksanakan. Adapun jadwal kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian

Atifitas	Bulan											
	sept	Okt	nov	des	jan	feb	Mar	apr	mei	jun	jul	agus
Pengajuan Topik												
Penyusunan Proposal												
Ujian Proposal												
Penelitian												
Analisis data												
Penyusunan hasil penelitian												
Ujian Skripsi												

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Radio MFM

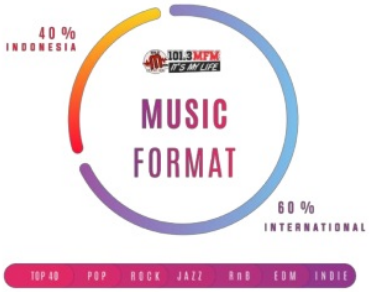
MFM adalah sebuah radio swasta yang berlokasi di Jl. Terusan Candi Kalasan lantai II, Blimbing, Malang, tepat didalam kompleks STIE Malangkucecwara atau yang biasa disebut ABM. Memulai siaran ujicoba di Desember 2001, MFM akhirnya resmi mengudara pada 4 Mei 2002. Dalam waktu singkat MFM berhasil mencuri perhatian masyarakat Malang Raya, terutama di Kota Malang.

Gambar 4. 1 Radio MFM

Di bawah naungan PT Radio Malangkucecwara, MFM mulai mengudara di frekuensi 101.6 MHz. Dengan slogan *It's My Life*, MFM bertekad untuk bisa selalu menjadi bagian dari hidup M People, sebutan untuk pendengar MFM. Di tahun 2004, sesuai dengan Keputusan Ditjen Postel 99/2004, MFM berpindah frekuensi ke 101.3 MHz. MFM terus konsisten pada jalurnya menjadi radio anak muda paling asik di Malang. Oleh karena itu, MFM terus berusaha untuk menghadirkan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan anak muda di Malang Raya setiap hari, di 101.3 MFM It's My Life – Lagu yang Kamu Banget !

Gambar 4. 2 Profil Radio MFM (sumber: Website 101.3)

Gambar 4. 3 Target Pendengar (sumber: Website 101.3)



Gambar 4. 4 Format Musik Radio MFM (sumber: Website 101.3)

1) Logo Radio MFM

Gambar 4. 5 Logo Radio MFM

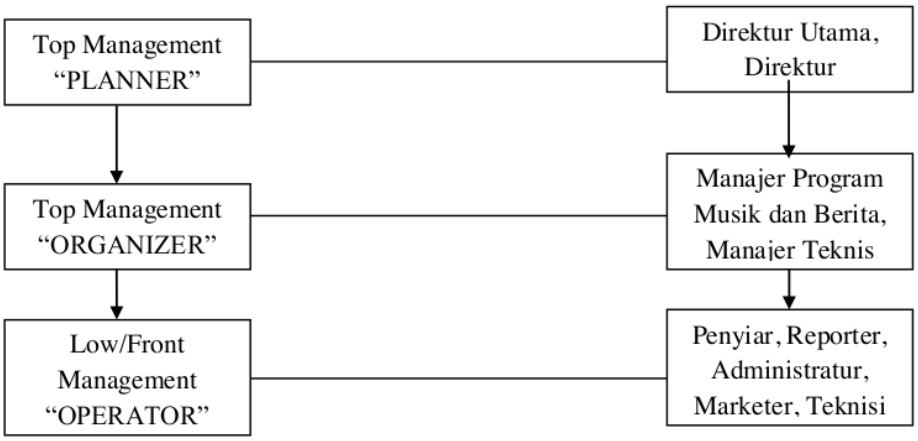
Visi:

Menjadi perusahaan media terintegrasi terbaik di Indonesia

Misi:

Membuat dan mendistribusikan informasi dan hiburan kepada pendengar secara masif dan terintegrasi.

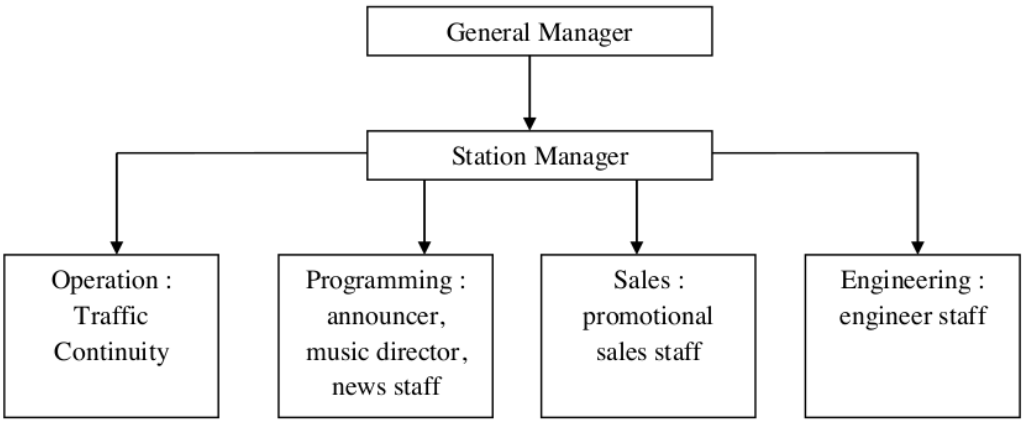
2) Model struktur organisasi MFM radio secara umum :



Gambar 4. 6 Struktur Organisasi Radio MFM secara umum

Wilayah kerja produksi siaran: siaran musik dan berita. Produksi siaran musik dipimpin oleh Music Director, yang membawahi progammer, DJ, presenter, scriptwriter. Sedangkan produksi siaran berita dipimpin oleh News Director membawahi reporter, news scripwriter, presenter, editor, dan anchor. Untuk acara talkshow dibutuhkan produser, pemandu, operator. Untuk siaran reguler dibutuhkan presenter, reporter, scripwriter, operator. Untuk infotainment dan produksi iklan dibutuhkan produser, presenter, scriptwriter, operator. Perlu diingat bahwa penentuan bidang kerja dan SDM yang terlibat umumnya fleksibel berdasarkan efisiensi SDM siaran.

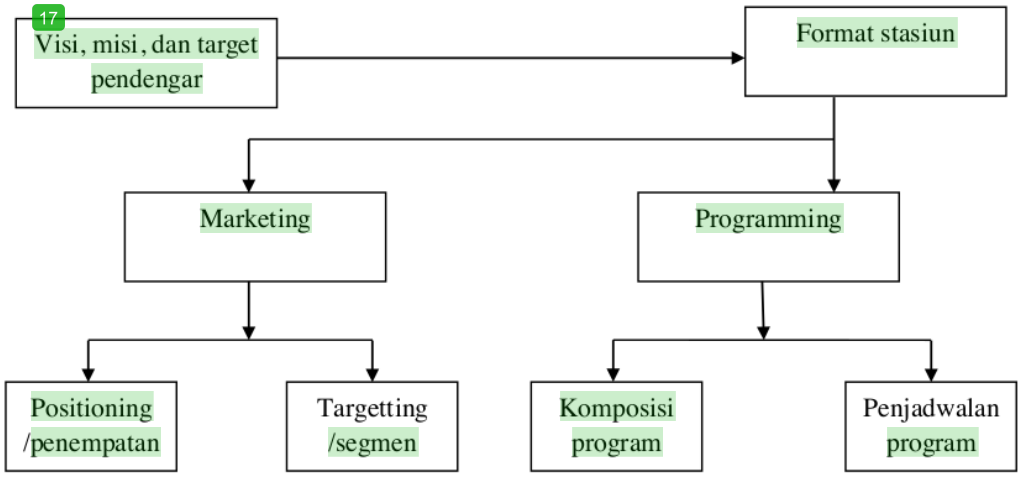
3) Model struktur organisasi radio:



Gambar 4. 7 Struktur Organisasi Radio

4) Kebijakan Format Stasiun Radio yaitu melingkupi :

1. Produksi siaran
2. Personalitas siaran
3. Programa siaran



Gambar 4. 8 Kebijakan Format Stasiun Radio

5) Data Radio MFM

Nama Badan Hukum	: PT Radio Malangkuçeçwara
Nama Stasiun Radio	: Radio MFM Malang
Station Call	: 101.3 MFM It's My Life!
Frekuensi	: 101.3 Mhz
Alamat	: Jl. Terusan Candi Kalasan, Kawasan Kampus STIE Malangkucecwara, Malang
Telepon	: 0341 - 481029/ 411565
Faksimili	: 0341 - 411566
E-Mail	: mfm1013@yahoo.com
Slogan Radio	: It's My Life
Station campaign 2018	: MFM Lebih Seru!
Website	: www.mfm1013.com

4.1.2 Program Siaran Radio MFM

Bersatunya elemen informasi dan hiburan ditampilkan dalam format siaran infotainment, dihadirkan untuk menemani aktivitas M-People di sepanjang hari dari pagi sampai malam. Mulai dari SIKAT PAGI (Senin-Jumat, 06.00-10.00 WIB) sebagai program primetime pagi menghadirkan sesuatu yang segar di pagi hari mulai dari interaktif bersama M People, tips, hingga topik-topik isu terkini dan games untuk generasi 90an. Usai beraktivitas, TAKIS SORE (Senin-Jumat, 16.00-20.00 WIB) akan menemani M People dengan candaan gagal fokus yang membuat berkendara sore hari di tengah kemacetan jadi lebih menyenangkan.

Menemani aktivitas tengah hari, ada 1013 (Senin-Jumat, 10.00-13.00 WIB) yang hadir dengan informasi ringan dan lagu-lagu hits. Untuk penyuka lagu dalam negeri, ada Musikku (Senin-Jumat, 13.00-16.00 WIB) yang memutarkan lagu request M People. Kami juga hadirkan berbagai informasi terkini dalam program berita MFM Update, informasi lalu lintas dalam TrafficWatch, pada menit 20 dan 50 dari jam 6 pagi sampai 10 pagi dan dari jam 4 sore sampai 8 malam.

Sementara itu di akhir pekan, hadir sejumlah program khusus. Program bergenre lifestyle antara lain Curhat Ustadz (Jumat 21.00-22.00 WIB), JURIT malam (Jumat 22.00-00.00 WIB), M Kuliner (Sabtu 12.00-13.00 WIB), MFM Football Corner (Sabtu 13.00-15.00), M Cinema (Sabtu 15.00-17.00 WIB), TOPPOKI (Sabtu 17.00 - 20.00 WIB), GUSAR (Sabtu 22.00-00.00 WIB), dan SUNDAY i'm in love (Minggu 22.00-00.00 WIB). Just Jazz (Jumat 20.00-21.00 WIB), Musisi Hits on the Sunday (Minggu 12.00-13.00 WIB), Club 90's (Minggu 13.00-15.00 WIB), Picnic Indie (15.00-17.00 WIB), M Rock (17.00-20.00 WIB), dan Weekly Music Position 1013 (Minggu 20.00-22.00 WIB). Weekend activity companion kami hadirkan bersama Lagu yang Kamu Banget (Sabtu & Minggu, 06.00-09.00 WIB). MFM didukung oleh M Minded, sekumpulan anak muda yang dekat dengan M People, bertugas untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan yang terbaik untuk seluruh stakeholder MFM.

Gambar 4. 9 Poster Program Sikat Pagi (sumber: Website 101.3)

SIKAT PAGI (Senin-Jumat, 06.00-10.00 WIB) sebagai program primetime pagi menghadirkan sesuatu yang segar di pagi hari mulai dari interaktif bersama M People, tips, hingga topik-topik isu terkini dan games untuk generasi 90an.

Gambar 4. 10 Poster Program 1013 (sumber: Website 101.3)

Dengan adanya program 1013 M-People bakal ditemani sama lagu-lagu hits, informasi ringan, sampai life hacks yang berguna buat aktivitas M-People, juga ada info lalu lintas. 1013 Setiap hari Senin-Jum'at jam 10.00 sampai 13.00.

Gambar 4. 11 Poster Program Musikku (sumber: Website 101.3)

Di program Musikku M-People bisa request lagu-lagu indonesia yang bisa di request 3 jam penuh. Setiap hari Senin-Jum'at jam 1 siang sampai jam 4 sore.

Gambar 4. 12 Poster Program Takis Sore (sumber: Website 101.3)

Program Takis Sore mengajak M-People untuk seseruan di sore hari, setiap Senin-Jum'at jam 4 sore sampai 8 malam.

Gambar 4. 13 Poster Program Curhat Ustad (sumber: Website 101.3)

Program Religi untuk solusi semua masalah dalam hidup hadir setiap Jum'at mulai dari jam 9 sampai 10 malam.

Gambar 4. 14 Poster Program Club 90's (sumber: Website 101.3)

Program lagu-lagu generasi 90-an setiap Minggu dari jam 1 siang sampai jam 3 sore.

Gambar 4. 15 Poster Program Topokki (sumber: Website 101.3)

Program spesial yang memutarkan top playlist korea masa kini, dengan membahas banyak topik semua tentang korea.

Gambar 4. 16 Poster Program M Cinema (sumber: Website 101.3)

Program yang membahas tentang film dan juga menghadirkan lagu-lagu yang jadi original soundtrack setiap Sabtu jam 3 sampai 5 sore.

Gambar 4. 17 Poster Program GUSAR (sumber: Website 101.3)

Program yang bakal meramaikan malam minggu M-People dari jam 10 sampai 12 malam.

Gambar 4. 18 Poster Program Jurit Malam (sumber: Website 101.3)

Program yang membahas topik seputar sesuatu yang ditakuti dibalut dengan canda dan tawa sehingga program ini memberikan suguhan motivasi dan solusi miring terhadap sesuatu yang menakutkan.

Gambar 4. 19 Poster Program Weekly Music Position (sumber: Website 101.3)

Program Tangga Lagu baik Indo maupun Manca, setiap Minggu jam 8 sampai 10 malam.

Gambar 4. 20 Poster Program Just Jazz (sumber: Website 101.3)

Program musik Jazz, setiap hari Jum'at jam 8 sampai 9 malam.

Gambar 4. 21 Poster Program Picnic Indie (sumber: Website 101.3)

Program yang membahas semua hal seputar indie tidak hanya musik tetapi juga jenis karya. Picnic Indie hadir setiap Minggu jam 3 sampai 5 sore.

Gambar 4. 22 Poster Program Musisi Hits (sumber: Website 101.3)

Program yang mengajak M-People untuk mengenal lebih dekat dengan musisi hits setiap minggu jam 12 sampai jam 1 siang.

Gambar 4. 23 Poster Program Football Corner (sumber: Website 101.3)

Program preview seputar bola setiap hari Sabtu jam 1 siang sampai jam 3 sore.

Gambar 4. 24 Poster Program M Kuliner (sumber: Website 101.3)

Program yang mengajak M-People untuk tahu tempat makan yang enak di malang, setiap Sabtu jam 12 sampai jam 1 siang.

Gambar 4. 25 Poster Program Mager Malam (sumber: Website 101.3)

Program Mager Malam (Makin Seger Malam-Malam) dengan request lagu-lagu manca dan info dunia hiburan fresh setiap Senin-Kamis jam 8-12 malam.

4.1.3 Program Sikat Pagi

Gambar 4. 26 Pamflet Sikat Pagi (sumber: Website 101.3)

Dalam setiap pembuatan program siaran, pastinya ada latar belakang mengapa program tersebut dibuat. Yang melatarbelakangi pembuatan program *Sikat Pagi* adalah bagaimana cara membangun suasana atau perasaan seseorang yang sedang beraktivitas di pagi hari supaya lebih semangat. Kemudian orang-orang yang berangkat ke kampus atau kantor itu biasanya membutuhkan sesuatu yang bisa membangunkan semangat mereka di pagi hari misalkan saja dengerin musik di radio mobil atau sebagainya, maka dari itu tercetus untuk membuat program yang seru dan asik di pagi hari.

MFM SIKAT PAGI (MON)

Slot	Content	Description	Time estimation
		Playlist	05.59
Break	Time Check	Time Check Meteor Cell	6:00
Song	National	Indonesia Raya	6:00
Break	PSA		6:02
Jingle	MFM UP		6:03
TOH	Opening	Voice Opening, max 60s	6:04
Song	Song 1	INDO CURRENT	6:05
Song	Song 2	MANCA RE-CURRENT	
Benchmark	Dear You	Ask people to join Dear You by SMS/WA/twit/fb, max 60s	6:12
Song	Song 3	INDO CURRENT	
Song	Song 4	MANCA CURRENT	
Benchmark	Dear You	Ask people to join Dear You by SMS/WA/twit/fb, max 60s	6:20
News	MFM Traffic Watch	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	6:21
Sweeper			6:22
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
Sweeper			6:25
Song	Song 5	INDO NEW ENTRY	
Song	Song 6	INDO RE-CURRENT	
Benchmark	Dear You	Dear You Dedication (Read and/or Phone), max 120s	6:32
Sweeper			6:34
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
Sweeper			
Song	Song 7	Waker Song	6:37
Song	Song 8	Waker Song	
Song	Song 9	Waker Song	
Talkset	Talk 1	Freshback, max 120s	6:47
Sweeper			
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	6:49
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
News	MFM Update	News	6:52
News	MFM Traffic Watch	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	6:53
News	MFM Weather	Weather Malang & Batu from BMKG, max 30s	6:54
Sweeper			
Song	Song 10	MANCA CURRENT	6:55
Song	Song 11	INDO NEW ENTRY	6:58
Talkset	Talk 2	Sell back song, promise for next hour, max 60s	
Sweeper			7:03
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	PSA		
Jingle	MFM UP		7:05
TOH	Opening 2nd hour	Sell what's gonna be in the 2nd hour, max 60s	7:06
Song	Song 12	INDO NEW ENTRY	
Song	Song 13	MANCA NEW ENTRY	
Song	Song 14	INDO CURRENT	

Gambar 4. 27 Rundown Sikat Pagi (sumber: Dokumentasi Radio MFM)

Talkset	Talk 3	Bridging Mas Joss, max 30s	7:16
Benchmark	Mas Joss	Max 90s	7:17
Sweeper			7:19
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
News	MFM Traffic Watch	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	7:22
Sweeper			
Song	Song 15	INDO CURRENT	
Song	Song 16	MANCA CURRENT	
Talkset	Jaman Now	Jaman Now, max 120s	7:30
Sweeper	Situational		7:32
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
Sweeper	Situational		
Song	Song 17	MANCA CURRENT	7:35
Song	Song 18	INDO CURRENT	
Song	Song 19	MANCA CURRENT	
Talkset	Bikini	Berita Kekinian- General, max 120 s	7:46
Sweeper	Situational		7:48
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
News	MFM Update	News	7:51
News	MFM Traffic Watch	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	7:52
Sweeper	Situational		
Song	Song 20	INDO NEW ENTRY	7:53
Song	Song 21	INDO CURRENT	
Talkset	Talk 4	Sell back songs, ask to stay tune, max 40s	8:00
Sweeper			
Break	Spot/Promo	Promo program	
Break	Spot/Promo	Promo program	
Break	PSA		
Jingle	MFM UP		
TOH	Opening 3rd hour	Say hi, time check, re-introduce program, spoiler Obsesi, max 60s	8:04
Song	Song 22	NEW SINGLE (LAGU BARU MANCA/INDO)	
Song	Song 23	INDO CURRENT	
Song	Song 24	MANCARE-CURRENT	
Talkset	Obsesi	Obrolan Serudi Sikat Pagi, Open Topic	8:17
Sweeper			8:19
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
News	MFM Traffic Update	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	8:22
Sweeper			
Song	Song 25	MANCARE-CURRENT	
Song	Song 26	INDO RE-CURRENT	
Talkset	Brosis	Topic facts/contents	8:30
Sweeper			8:32
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
Break	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	

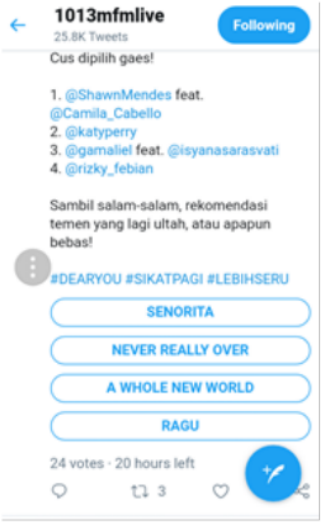
Gambar 4. 28 Rundown Sikat Pagi (sumber: Dokumentasi Radio MFM)

veeper			
ng	Song 27	MANCACURRENT	8:35
ng	Song 28	INDO RE-CURRENT	
ilkset	Brosis	ObrolanAsik Sikat Pagi, Listeners Opinion	8:42
veeper			
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	8:45
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
eak	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
ews	MFM Update	News	8:48
ews	MFM Traffic Watch	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	8:49
veeper			
ng	Song 29	MANCANEW ENTRY	8:52
ng	Song 30	MANCACURRENT	
eak	Time Check	Time Check Meteor Cell	8:58
eak	PSA		8:59
SERT	NEXT PRSSNI	NEXT PRSSNI + NEWSWAIT	8:59
ews	Spektrum PRSSNI	Spektrum PRSSNI	9:00
ngle	MFM UP		9:08
OH	Opening 4th hour	Say hi, time check, re-introduce program, spoiler games, max 40s	9:08
ng	Song 31	INDO CURRENT	
ng	Song 32	MANCANEW ENTRY	
ilkset	Talk 5	Re-sell Mas Joss	9:15
nchmark	Mas Joss	Max 90s	9:15
veeper			
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	9:17
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
eak	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
ews	MFM Traffic Watch	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	9:20
veeper			9:21
ng	Song 33	MANCACURRENT	
ng	Song 34	INDO CURRENT	
nchmark	90's Rewind	90's Rewind Question	9:28
veeper			9:29
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
eak	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
veeper			
ng	Song 35	INDO CURRENT	9:33
ng	Song 36	INDO NEW ENTRY	
nchmark	90's Rewind	90's Rewind Answer + announce winner	9:42
veeper			
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	9:44
eak	Spot/Promo	Commercial/Promo Program	
eak	Adlips/Spot/Promo	Adlips/Commercial/Promo Program	
ews	MFM Update	News	9:47
ews	MFM Traffic Watch	Traffic from Google Maps and listeners report, max 60s	9:48
veeper			
ng	Song 37	Games winner songs (MANCA)	9:49
ng	Song 38	Games winner songs (MANCA)	
ng	Song 39	Games winner songs (INDO)	
ilkset	Closing	Closing program	10:00
eak	Promo		10:01
eak	PSA		10:02

Gambar 4. 29 Rundown Sikat Pagi (sumber: Dokumentasi Radio MFM)

Gambar 4. 30 Foto penyiar Sikat Pagi (sumber: instagram)

Program *Sikat Pagi* Siaran Bikin Semangat Pagi merupakan salah satu program unggulan di Radio MFM yang telah mengudara dan bertahan dari tahun ke tahun. Program *Sikat Pagi* menghadirkan keceriaan di setiap paginya melalui dua penyiarnya yaitu Racman Nordiant dan Muhammad Faris yang selalu membuat suasana hati lebih bersemangat dengan beragam segmen menarik seperti segmen Dear You yang mengajak *M-People* untuk sekedar kirim salam untuk orang tersayang seperti ke sahabat, pacar, atau orang tua. Di segmen ini juga bisa request tiga lagu yang sudah disiapkan oleh *M-Minded* atau dua penyiar *Sikat Pagi*.



Gambar 4. 31 Unggahan akun twitter Radio MFM

Seperti contoh di atas, Penyiar *Sikat Pagi* memanfaatkan media twitter untuk berinteraksi dengan pendengar (*M-People*). Bukan hanya lewat media twitter namun *M-People* juga bisa berinteraksi melalui instagram, facebook, maupun whatsapp MFM. Selain segmen Dear You di *Sikat Pagi* juga ada segmen POLA (Polling Ala-Ala), khusus di segmen ini *M-People* mengisi polling hanya melalui media twitter saja. Dan pertanyaan yang diberikan penyiar kepada *M-People* *adalah* yang berkaitan dengan keseharian, misalkan saja seperti "*M-People* kalau sarapan roti, itu suka rotinya yang di olesin mentega aja udah enak, atau yang harus dikasih topping atau selai buah dulu, atau di kasih topping coklat, atau yang langsung di makan saja?"

Gambar 4. 32 Unggahan akun twitter Radio MFM

Sikat Pagi juga memberikan tips lewat segmen Mas Jos semacam drama radio yang durasinya hanya 3 menit. Disini *M-People* bisa mendapatkan banyak info atau tips-tips unik dan menarik. Seperti pada unggahan akun twitter MFM, segmen Mas Jos memberikan tips mengenai cara mudah untuk melepaskan tangan yang terkena lem, dan pastinya masih banyak lagi tip-tips yang diberikan setiap harinya.

Gambar 4. 33 Unggahan akun twitter Radio MFM

Gambar 4. 34 Unggahan akun twitter Radio MFM

Segmen Brosis juga mengajak *M-People* untuk berpendapat tentang apapun yang saat itu sedang dibahas atau tentang konten yang dibawakan oleh penyiar *Sikat Pagi*. Misalkan seperti contoh diatas yang topiknya tentang politik, *M-People* diajak untuk berpendapat terkait dengan anggota DPR saat ini banyak diisi oleh generasi milenia ls serta memberikan harapannya untuk anggota DPR yang baru. Di Sikat Pagi juga ada segmen Jaman Now, memberikan info terbaru dan update untuk *M-People*, lalu di jam terakhirnya *Sikat Pagi* ada segmen 90's Rewind di segmen ini bisa request 3 lagu 90-an tetapi M-People harus menjawab Kuis terlebih dahulu yang diberikan oleh penyiar.

Gambar 4. 35 Unggahan akun twitter Radio MFM

Setiap hari rabu di minggu kedua, *Sikat Pagi* menghadirkan segmen Police Line yang mendatangkan narasumber dari Kepolisian Polres Malang Kota. Pada saat itu Polwan Polres Malang Kota sedang Talk Show ke Radio MFM dalam rangka hari jadi ke 71 Polwan RI Tahun 2019.

Gambar 4. 36 Postingan akun instagram Radio MFM

Selain program On Air yang menghadirkan segmen-segmen menarik di setiap siarannya, *Sikat Pagi* juga menghadirkan program Off Air atau biasa disebut dengan Live From. Live From bertujuan untuk membangun kedekatan langsung dengan pendengar MFM. Pada tanggal 11 September 2019 Sikat Pagi Live From spesial peringatan Hari Radio Nasional, dengan mengundang komunitas Radio Kampus.

Gambar 4. 37 Postingan akun instagram Radio MFM

Gambar 4. 38 Postingan akun instagram Radio MFM

Pada akhir bulan Januari 2020 Penyiar Sikat Pagi yaitu Rachman Nordiant harus pamit dari program *Sikat Pagi*, sedangkan partnernya yang

bernama Muhammad Faris harus pamit dari Radio MFM selama perjalanan kurang lebih selama 2 Tahun menemani *M-People* di *Sikat Pagi*.

Gambar 4. 39 Unggahan akun instagram Radio MFM

Februari 2020 Sikat Pagi hadir dengan kemasan program yang lebih fresh dengan pematangan konsep segmen yang semula terdiri dari beberapa segmen seperti Dear You, Brosis, POLA, dijadikan satu segmen yaitu BAGI-BAGI (Bangun Pagi-Bangun Pagi), dan segmen 90's Rewind diganti nama menjadi HALU (Huru Hara Masa Lalu) dengan konsep yang masih sama yaitu memutarkan lagu 90 an sampai 2000 an.

Gambar 4. 40 Penyiar New Sikat Pagi (sumber: instagram MFM)

Gambar 4. 41 Poster radio meet up

Pada bulan maret 2020 MFM mengadakan kegiatan Off Air yaitu MFM Present "Radio Meet Up 2020" Yuk jadi penyiar seru bareng M-Minded yang seru banget !. Kegiatan ini berupa workshop atau seminar tentang dunia radio, seperti bagaimana cara mengenal air personality dan theater of mind, kemudian bagaimana cara membangun personal branding, serta bagaimana cara menyusun playlist lagu seru sesuai dengan program.

Gambar 4. 42 Unggahan akun instagram Radio MFM

Gambar 4. 43 Unggahan akun instagram Radio MFM

Selain workshop, sharing session juga menjadi kegiatan yang tidak kalah seru yaitu berbagi cerita dan pengalaman dengan para M-Minded di setiap program Radio MFM. Terdapat fun games yang dapat diikuti M-People untuk mendapatkan banyak hadiah. Kegiatan ini disponsori oleh Maxone Ascent Hotel Malang. Setelah mengikuti rangkaian acara "Radio Meet Up 2020" M-People mendapatkan e-certificate dari Radio MFM. Radio Meet Up bertujuan untuk menjalin kedekatan antara M-Minded dengan M-People.

Gambar 4. 44 Sertifikat Radio Meet Up

4.2 Penyajian dan Hasil Data

Salah satu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode observasi yaitu dengan cara mendengarkan Radio MFM khususnya siaran *Sikat Pagi* secara rutin serta melakukan metode wawancara secara lebih mendalam yang ditujukan kepada informan yang peneliti anggap dapat memberikan jawaban yang objektif. Hasil penyajian data berupa hasil wawancara yang dituliskan secara ringkas dengan menyajikan jawaban secara langsung yang telah diajukan oleh peneliti. Berikut hasil wawancara yang disampaikan:

4.2.1 Informan Penelitian

Informan penelitian yang menjadi tujuan untuk mendapatkan informasi penelitian ini adalah Eksekutif Produser, yang bertanggung jawab mengenai kualitas siaran dan kualitas penyiar di program *Sikat Pagi* maupun program siaran yang lain. Program Director, juga menjadi tujuan untuk mendapatkan informasi karena bertugas untuk memproduksi program serta bertanggung jawab terhadap acara siaran *Sikat Pagi* dan juga sebagai tim kreatif. Penyiar, juga tidak kalah penting karena yang bertanggung jawab secara langsung terhadap keberhasilan program. Serta Pendengar atau yang biasa disebut dengan panggilan *M-people*. Adapun identitas dari informan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Informan 1

Gambar 4. 45 Foto bersama dengan Program Director Radio MFM

Nama : Gaguk Ponco Setio Utomo (Ega)

Jabatan : Program Director

Mas Ega selaku Program Director yang bertugas untuk memproduksi program dan bertanggung jawab terhadap program siaran, seperti penjadwalan, penamaan program, termasuk di program Sikat Pagi.

2. Informan 2

Gambar 4. 46 Foto bersama dengan Eksekutif Produser Radio MFM

Nama : Welly Stevano

Jabaratan : Eksekutif Produser

Mas Welly selaku Eksekutif Produser yang bertanggung jawab mengenai kualitas siaran dan kualitas penyiar seperti menentukan program yang di produksi akan dikemas seperti apa, menentukan materi siaran, dan menentukan tipe siaran.

3. Informan 3

Gambar 4. 47 Foto Bersama dengan Penyiar Sikat Pagi

Gambar 4. 48 Penyiar Sikat Pagi di Studio Siaran

Nama : Rachman Nordiant dan Muhammad Faris

Jabatan : Penyiar Sikat Pagi periode Tahun 2018 - Januari 2020

Mas Rachman dan Mas Faris selaku penyiar Sikat Pagi, bertanggung jawab secara langsung terhadap keberhasilan program dengan cara menyampaikan materi siaran yang sudah disiapkan serta memberikan ide terkait dengan konten siaran.

Gambar 4. 49 Foto Bersama dengan Penyiar baru Sikat Pagi

Gambar 4. 50 Penyiar baru Sikat Pagi di Studio Siaran

Nama : Farizal Afza Assilmi (Ijal) dan
Ammimatun Hasanah (Mimma)

Jabatan : Penyiar Sikat Pagi periode Februari 2020

Ijal dan Mimma selaku penyiar New Sikat Pagi, juga bertanggung jawab secara langsung terhadap keberhasilan program dengan cara menyampaikan materi siaran yang sudah disiapkan serta memberikan ide terkait dengan konten siaran.

4. Informan 4

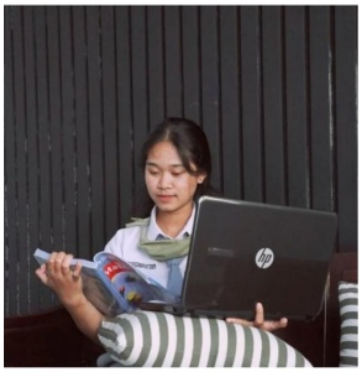
Gambar 4. 51 Foto Informan

M-People M. Riski Wahyu S

22 Tahun (Mahasiswa)

Riski merupakan M-People yang suka mendengarkan Radio MFM sejak kuliah semester 2 sampai semester 6 yaitu sekitar 2 tahun. Menurut Riski, Alasan utama mendengarkan *Sikat Pagi* yaitu untuk menaikan moodboster, karena di pagi hari lagu-lagu yang diputar itu Hype, selain itu juga riski merupakan penyiar radio swasta di kampus, jadi bisa banyak referensi serta mengetahui bahwa pagi hari itu harus memutarkan lagu-

lagu yang bisa membuat orang menjadi lebih semangat, dan itu bisa membuat dirinya juga bersemangat.



Gambar 4. 52 Foto Informan
M-People Yesica Permata Sari
18 Tahun (Pelajar SMK)

Yesica merupakan M-People yang mulai sering mendengarkan radio MFM dari kelas 2 SMP, sekitar tahun 2015 an. Yang membuat yesica suka mendengarkan mfm itu karena lagu-lagunya seru, tidak membosankan, dan pastinya yang terbaru. Menurut yesica, penyiar *Sikat Pagi* tidak kalah seru, dan pastinya lucu-lucu bisa menambah semangat buat kegiatannya.

4.2.2 Hasil Wawancara

Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan dan mendeskripsikan hasil atau data yang diperoleh dari wawancara dengan informan. Penelitian ini memaparkan hasil dari wawancara dengan informan yang dilakukan di Radio MFM selama kurang lebih 2 minggu. Pedoman

wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan, khususnya tentang Strategi On Air dan Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi*. Dengan melakukan wawancara maka, peneliti dapat memperoleh data tentang strategi yang dilakukan Radio MFM dalam meningkatkan minat pendengar. Berikut hasil wawancara selama melakukan penelitian di Radio MFM :

4.2.2.1 Proses yang dilakukan dalam mengelola program Sikat Pagi dari mulai perencanaan, eksekusi program, kualitas penyiar, hingga proses evaluasi program.

Perencanaan dilakukan agar tepat kepada sasaran pendengar serta dapat menarik minat pendengar. Dalam pembuatan sebuah program pastinya harus merencanakan segalanya dengan sangat matang, mulai dari melakukan riset pendengar ataupun mengetahui psikologi pendengar. Hal ini perlu dipertimbangkan seperti siapa pendengar dalam setiap waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar pada saat itu. Jadi, sebuah program harus disusun berdasarkan dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya. Seperti yang dikatakan oleh informan 1 (Ega).

> *"Riset itu pasti, karna data data yang kita kumpulkan itu untuk senjata kita di program. Biasanya melakukan survey-survey seperti mini survey, seperti memakai platform di web."*

Disamping itu, informan 2 (Welly) selaku eksekutif produser juga berpendapat bahwa riset itu perlu dilakukan dan bisa juga dijadikan sebagai bahan referensi.

> *"Iya, kita melakukan riset, riset itu banyak hal mulai dari habbit nya pendengar, jadi setiap membuat program itu pasti ada masa dimana oh ada kurangnya oh ada lebihnya, nah itu yang kita pelajari sambil melihat riset nya itu dari M-People itu fit nggak pagi pagi ndengerin ini, pagi pagi ndengerin ini oke nggak, plus kita juga dengerin banyak radio referensi dari seluruh indonesia dan seluruh dunia biar kita paham apa yang mereka lakukan jadi kita tau apa yang bisa kita lakukan lebih."*

Jadi, riset yang dilakukan adalah untuk mengetahui profil serta perilaku pendengar itu seperti apa. Target responden atau pendengar bisa diidentifikasi menurut umur, jenis kelamin, hobi, gaya hidup, tempat tinggal, segi ekonomi, maupun motivasi mereka mendengarkan radio. Tujuannya adalah untuk mempermudah melakukan pengambilan keputusan siaran, karena pendengar tidak hanya dianggap sebagai objek. Kemudian setelah melakukan riset, selanjutnya melakukan rapat kecil terlebih dahulu antara eksekutif produser dan program setelah itu diajukan ke manajemen, seperti yang dikatakan oleh informan 2 :

> *"mempersiapkannya dimulai dari meeting kecil dulu antara eksekutif produser dan program director, setelah itu diajukan ke manajemen , manajemen ok. setelah itu meeting bersama teman teman yang lain, evaluasi ada dua kali evaluasi pertama untuk mengubah sesuatu yang baru sampe evaluasi lagi yang baru ini bagus nggak , untuk kualitas penyiar kita cari yang bener bener cocok di program sikat pagi yang mindset nya itu semangat, intonasi vokal juga berpengaruh."*

Setelah melakukan riset, proses dan tahapan yang dilakukan dalam pembuatan program mulai dari awal penamaan program serta penamaan segmen juga tidak serta merta memberi nama begitu saja, tetapi penamaan program harus disesuaikan dengan konsep nama program dan yang pasti

harus mengandung filosofi atau latarbelakang program tersebut. Seperti halnya yang disampaikan oleh informan 1 (Ega):

> *"Yang pertama harus mengenal timing / waktu, harus mengetahui juga psikologi pendengar itu seperti apa, misalnya dari jam 6-7 orang nggak mau yang ribet mau dengerin musik yang UP biar ke triger moodnya nah disitu kita menyajikan segmen untuk memanjakan pendengar yaitu segmen DEAR YOU. Yang kedua biasanya apa yang saat ini menjadi trend, apa yang menjadi kebutuhan di pagi hari, apa yang saat ini disukai banyak orang, apa yang saat ini banyak diminati orang. Prosesnya seperti itu, baru penamaan program yang disesuaikan dengan konsep nama program, dan pasti harus ada filosofi atau latarbelakangnya dulu, baru akhirnya menyimpulkan nama segmen, nama segmen pun harus pas dengan kontennya jadi misal pagi pagi kalau dikasih hadiah seneng banget kan, akhirnya kita bikin nama BAGI BAGI dan ini baru di Program Sikat Pagi dan akan dilanjutkan nantinya, bisa bagi-bagi cerita bagi-bagi hadiah bagi bagi berita bagi bagi info."*

Oleh karena itu dalam proses penamaan program yang pasti harus mengenal timing atau waktu kapan pendengar itu biasanya mendengarkan radio, serta mengetahui psikologi pendengar, kemudian harus mengikuti trend supaya bisa tahu apa yang dibutuhkan pendengar dan yang disukai pendengar. Setelah itu bisa tercetus untuk membuat segmen yang seperti apa, kemudian barulah penamaan program dibuat sesuai dengan konsep.

Komunikasi antara eksekutif produser dengan penyiar *Sikat Pagi* harus diperhatikan juga, guna meningkatkan kinerja maupun kualitas penyiar, seperti yang dikatakan oleh informan 2 yaitu:

> *"Disini itu kita tekankan untuk keterbukaan, jadi apapun masalahnya harus diobrolkan, jangan sampai problemnya mempengaruhi siaran."*

Dan juga pembinaan yang dilakukan eksekutif produser kepada penyiar *Sikat Pagi* bisa berupa evaluasi terhadap perubahan segmen, seperti yang dikatakan oleh informan 3 bahwa:

> *"Pembinaannya mungkin lebih ke contoh sekarang ini sikat pagi banyak yang diganti segmennya itu juga hasil dari evaluasi diganti jadi Bagi Bagi dan halu. Terus dulu kan juga ada segmen Lambe laris promo instagram, itu dulu sebenarnya ramai tapi waktunya enggak tepat dan akhirnya di take down."*

4.2.2.2 Strategi On Air yang dilakukan dalam mengelola dan mengemas program Sikat Pagi sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar.

Mengelola program pastinya tidak mudah dan penuh tantangan, butuh strategi yang baik untuk mengelola suatu program supaya tidak monoton dan menarik minat pendengar. Seperti yang informan 1 (Ega) katakan bahwa strategi dalam menarik minat pendengar itu sama dengan strategi pemasaran, dimana program yang ditawarkan itu ibarat produk atau sebuah konten yang ditawarkan ke konsumen, nah konsumen disini itu adalah pendengar atau bisa juga pengiklan.

> *"Yang pertama adalah, kita anggap Sikat Pagi ini adalah konten, nah konten ini dibutuhkan packaging, orang sudah tau kontennya dan tau kualitasnya, tapi kalau nggak tau packaging nya seperti kurang lengkap, nah kita mulai packaging itu seperti dari packaging announcer, terus mulai dari pakaiannya, inner beautynya dan mungkin kegokilannya, lalu ada packaging program nah packaging program itu biasanya dari visual yang kita tampilkan di sosial media, promotion poster program yang akan di campaign, terus setelah packaging pastinya konten, kita kasih service yang nyata tidak hanya request lagu yang memang itu jadi rutinitas seremonialnya semua radio, request request just*

> *request, tapi kita berusaha memberi tambahan giveaway atau hadiah hadiah yang nyata."*

Program yang kreatif dan inovatif tentunya semakin di minati pendengar, terlebih jika program tersebut menarik dan mempunyai ciri khas maka dapat memperkuat daya tarik pendengar terhadap program tersebut. *Sikat Pagi* mempunyai daya tarik tersendiri yaitu dari dua penyiarnya yang memiliki taste, attitude, atau style yang unik. Seperti yang di katakan oleh informan 1 (Ega) yaitu:

> *"Daya tarik yang pasti dari announcernya, dalam proses membangun branding image bahwa Sikat Pagi punya Announcer yang enggak biasa, jadi rata rata di radio besar, di radio nasional ada dua main program pagi dan sore , pagi biasanya di glontor sama artis-artis besar, jadi untuk membuka pagi hari harus ada announcer announcer yang enggak biasa. nah di New Sikat Pagi ini ditancepin dua orang penyiar yang enggak biasa pastinya dibanding announcer yang lain dan pastinya yang punya taste ,attitude, atau style yang unik."*

Kemampuan seorang penyiar menjadikan pribadinya yang ramah kepada pendengar adalah kunci sukses untuk menjalin kedekatan dengan pendengar. Selain itu seorang penyiar harus mampu menyesuaikan diri dalam segala suasana, dalam berbicara harus kreatif dan menguasai kosa kata, dapat memahami sifat pendengar, serta aktif berinteraksi dengan pendengar. Karena Penyiar juga menjadi kunci strategi On Air dalam sebuah program, yaitu dengan cara penyampaian materi atau konten siaran yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Seperti yang informan 3 (Penyiar) katakan, perlu adanya gimik guna menarik perhatian pendengar serta pembawaan yang lebih fun.

> *"Yang pasti harus fun, harus memposisikan atau menyesuaikan seperti pendengar, harus peduli, harus tau apa yang lagi happening atau yang lagi viral. Jadi penyiar itu ujung tombak dari produksi program, jadi ketika ada arahan dari produser, penyiar harus menyampaikan atau membawa seperti apa yang diarahkan sama produser, harus tau seperti apa cara pembawaan topiknya seperti apa. Contoh hari ini hari guru nah kita buat gimik dan pertanyaan seperti guru favoritmu itu siapa nih mpeople, seperti itu."*

Diperlukan strategi supaya pendengar mengingat dan tertarik untuk tetap mendengarkan *Sikat Pagi* yang tujuannya agar pendengar tidak bosan dan tidak berpaling ke program lain. Seperti yang disampaikan oleh informan 3 bahwa penyiar harus mempunyai ciri khas misalkan dari tipe suara atau gaya humornya.

> *"Yang pasti basicnya jadi penyiar itu harus punya ciri khas misalkan dari suara tipe suara yang berat atau cempreng atau bisa dari style penyiar seperti gaya humornya atau mungkin dari jargon sang penyiar, yang penting enjoy, dan harus bisa menyesuaikan dengan psikis nya pendengar. Sisi humor dan gimik juga termasuk."*

Upaya yang dilakukan untuk lebih dekat dengan M-People yaitu dengan cara membangun mood supaya lebih semangat, salah satu indikatornya adalah menggunakan instagram, seperti yang dikatakan oleh informan 3.

> *"Biasanya kalau di Sikat Pagi itu kita bikin mood yang bagus itu salah satu indikatornya memakai instagram nah nanti kita bikin story di instagram sebisa mungkin supaya nanti mpeople juga ikutan gabungan, terus juga jangan lupa ngetweet, atau bikin status di facebook, itu sebenarnya hal hal yang simpel tapi bisa ngebikin penyiar deket sama pendengar, kan nggak mungkin pendengar cuma sekedar ngedengerin kita doang tanpa kita kasih*

> *feedback seperti pertanyaan di media sosial mfm, itupun pertanyaannya yang simple dan berkaitan dengan kehidupan sehari-hari."*

Disamping itu menurut informan 1 selaku program director, dalam Strategi On Air, program *Sikat Pagi* mengalami proses penyegaran segmen atau perubahan segmen yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas program dan tentunya meningkatkan minat pendengar.

> *"Perubahan segmen itu ada, karena dulu segmennya terlalu banyak, ada beberapa pendengar yang kurang awear dan kurang begitu paham. Ya mungkin kalau sikat pagi pendengar tau, tetapi segmen nya kurang tau, taunya mungkin di jam 90's rewind. Jadi sekarang di Sikat Pagi nama-nama segmen seperti Dear You, Brosis, Pola, Jaman Now, itu melebur menjadi satu yaitu menjadi segmen Bagi-Bagi tetapi konsepnya masih sama karena masih ada unsur Sikat Pagi nya. Dan Bagi-Bagi sendiri itu artinya Bangun Pagi Bangun Pagi. Terus yang dulu ada Mas Jos sekarang diganti dengan Jeng Yayuk tapi konsepnya masih sama yaitu memberikan tips-tips atau info ringan."*

Adapun strategi atau tahapan-tahapan yang dilakukan guna mempertahankan program *Sikat Pagi* adalah dengan terus menghadirkan konten siaran yang aktual faktual dan hal-hal yang seru dan tidak biasa. Seperti yang dikatakan oleh informan 1 yaitu:

> *"Yang pasti memanjakan pendengar di pagi hari dengan lagu-lagu yang super hits, yang memang sesuai dengan tagline MFM yaitu Lagu Yang Kamu Banget, jadi lagu yang diputar adalah lagu yang mewakili perasaan M-People, itu salah satu strateginya. Lalu konten, konten konten aktual faktual dan hal hal yang seru dan yang enggak biasa itu juga yang ditawarkan di Sikat Pagi."*

4.2.2.3 Strategi Off Air yang dilakukan dalam mengelola dan mengemas program Sikat Pagi sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar.

Strategi dan manajemen program sangat diperlukan, karena merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan suatu radio dalam memperoleh respon pendengar maupun pengiklan. Adapun strategi Off Air yang dilakukan dalam mengelola dan mengemas program siaran Sikat Pagi sehingga dapat meningkatkan minat pendengar adalah dengan Live From, seperti yang dikatakan oleh informan 1 (Ega):

> *"Kalau strategi off air kita biasanya kolaborasi bersama dengan beberapa komunitas atau beberapa pihak eksternal, biasanya untuk menambah gimik gimik dan minat orang mendengarkan sikat pagi yang bertujuan untuk memunculkan perbedaan atau keunikan program sikat pagi dengan program lainnya, seperti mengadakan talkshow diluar berkolaborasi dengan pihak kepolisian, dengan penyanyi, dengan komunitas, kadang kadang juga Livefrom di momen-momen tertentu atau di hari-hari tertentu, misalkan di kantor-kantor, cafe, atau di tempat yang lain. Nah Livefrom itu sendiri adalah siaran langsung dari tempat tersebut, sekaligus mengadakan game atau kuis dan itu juga diluar On Air, jadi bisa menarik minat orang-orang yang hadir."*

Disamping itu juga informan 3 (Penyiar) beranggapan bahwa Live From merupakan strategi Off Air yang dilakukan Radio MFM.

> *"yang biasa kita lakukan pas off air itu pas peringatan hari radio live from dan mengundang radio radio kampus dan mengundang salah satu penyiar dangdut."*

4.2.2.4 Respon pendengar dan pengiklan dengan adanya program Sikat Pagi.

Kebanyakan orang biasanya tidak sengaja dan tidak berencana untuk mendengarkan siaran radio tersebut dan hanya suatu kebetulan. Tetapi semakin lama, orang akan tertarik mendengarkan program tersebut karena musiknya yang pas dengan suasana hati, atau sebagai hiburan untuk mengiringi aktivitas. Alasan yang membuat informan 4 selaku pendengar tertarik untuk mendengarkan program *Sikat Pagi* adalah untuk menaikkan mood.

> *"Alasan yang paling utama adalah ya buat naikin moodboster, karena kalau jam pagi kan emang yang dengan lagu-lagunya yang Hype gitu kan, soalnya aku juga penyiar radio swasta di kampus, jadi kayak tau juga kalau pagi itu selalu lagu-lagu yang diputerin itu yang bikin semangat, jadi itu ngebikin aku semangat juga."* -Riski Wahyu-

> *"Yang membuat saya suka dengerin itu karena lagu-lagunya seru, terus nggak membosankan, dan pastinya yang terbaru. Terus yang nggak kalah seru itu penyiarnya, soalnya lucu-lucu terus seru gitu pagi-pagi udah nambah semangat buat kegiatan saya, terus bisa ikutan nyanyi bareng, terus kalau berpartisipasi gitu direspon dengan baik, jadi ya seru gitu."* -Yesica-

Menurut informan 4, banyak hal yang dapat diperoleh ketika mendengarkan program *Sikat Pagi* yaitu tips atau info menarik, lagu-lagu terbaru, dan juga ilmu pengetahuan.

> *"Yang diperoleh adalah bagaimana seorang penyiar radio swasta itu mengemas dan membawakan program Primetime apalagi Sikat Pagi ya, itu kayak seru-seruan dan itu juga bisa aku contoh dari segi siaran bagaimana, dan itu bisa aku implementasikan untuk aku sendiri dan bisa aku ajarkan ke adik-adik di Radio kampus ku saat ini."* -Riski Wahyu-

> *"Jadi di sikat pagi, saya dapet info terbaru, dan itu bisa buat menambah wawasan tentang apa yang saat ini sedang update, terus yang paling jadi favorit saya itu waktu segmen Mas Jos, soalnya seru kayak dialog durasinya sebentar, tapi meskipun durasinya sebentar tetapi tetap informatif, ada yang saya inget sampai sekarang itu pas Mas Jos bilang kalau pas habis olahraga itu nggak boleh minum air es, dan sampai sekarang itu kebawa sama saya. Traffic watch juga bermanfaat banget jadi bisa tau jalanan yang sedang macet itu seputaran mana saja, jadi bisa antisipasi buat cari jalan alternatif, terus misalkan ada kecelakaan juga ada infonya."* -Yesica-

Website MFM maupun sosial media MFM juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan iklan dari pebisnis yang melihat peluang besar dikarenakan followers atau pengikut di sosial media MFM yang jumlahnya banyak, serta kinerja M-Minded ketika On Air maupun Off Air yang mampu menarik minat pendengar atau pengiklan. Sesuai yang disampaikan informan 1 bahwa respon pengiklan cukup tinggi, dan di Kota Malang satu-satu nya program yang di blocking atau di beli adalah program siaran di MFM.

> *"Cukup tinggi, alhamdulillah kayaknya di Malang satu satunya program yang di blocking program kita, dan itu jauh lebih mahal. Kalau radio lain kan iklan nya per slot nah kalau di Sikat Pagi udah di Blocking, jadi udah dibeli programnya, seperti Sikat Pagi dipersembahkan oleh, dan itu karena varian-varian segmen kreatif yang kita tawarkan di pagi hari, hal hal yang seru dibahas, jadi nggak flat, seperti itu."*

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan 2 bahwa program *Sikat Pagi* sudah di beli oleh pengiklan (di blocking) dan itu berbeda dengan radio lain yang tipe iklannya adalah spot atau adlips.

> *"Responnya bagus alhamdulillah, kalau di radio lain tipe iklannya adalah spot atau adlips, tapi di Sikat Pagi udah ada yang ngebeli, berkat kinerja nya temen temen semua, kinerja marketing juga."*

4.3 Analisis Data

Analisis Data bertujuan untuk menganalisa dan menelaah data yang didapatkan peneliti selama melakukan penelitian di Radio MFM berdasarkan dengan hasil wawancara dari para informan. Menganalisis data merupakan bagian dari penelitian kualitatif. Analisis data ini didasari dengan fokus penelitian, dimana fokus penelitian ini berfokus pada Bagaimana Strategi On Air dan Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran Sikat Pagi sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar serta Proses apa saja yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola program siaran Sikat Pagi dari mulai perencanaan, eksekusi program, kualitas penyiar, hingga proses evaluasi program.

4.3.1 Strategi On Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran Sikat Pagi sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar.

Mengelola program pastinya tidak mudah dan penuh tantangan, butuh strategi yang baik untuk mengelola suatu program supaya tidak monoton dan menarik minat pendengar. Seperti yang informan 1 katakan bahwa strategi dalam menarik minat pendengar itu sama dengan strategi

pemasaran, dimana program yang ditawarkan itu ibarat produk atau sebuah konten yang ditawarkan ke konsumen, konsumen disini itu adalah pendengar atau bisa juga pengiklan. Yang pertama adalah, kita anggap Sikat Pagi ini adalah konten, konten disini dibutuhkan packaging, ketika orang sudah tahu kontennya dan tahu kualitasnya, tetapi kalau tidak tahu packaging nya seperti kurang lengkap, packaging itu sendiri seperti dari packaging announcer, packaging pakaiannya, inner beautynya dan mungkin kegokilannya, lalu ada packaging program. packaging program itu biasanya dari visual yang di tampilkan di sosial media, promotion poster program yang akan di campaign, lalu setelah packaging pastinya konten, serta berusaha memberikan service yang nyata tidak hanya request lagu yang memang menjadi rutinitas seremonialnya semua radio, request request dan request, tetapi juga berusaha memberi tambahan giveaway atau hadiah yang nyata.

Gambar 4. 53 Unggahan Parodi Bumi Manusia oleh Tim Sikat Pagi serta pemberian 20 tiket nonton.

Penyiar juga menjadi kunci strategi On Air dalam sebuah program, yaitu dengan cara penyampaian materi atau konten siaran yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pendengar. Seperti yang informan 3 katakan, perlu adanya gimik guna menarik perhatian pendengar serta pembawaan yang lebih fun atau lebih menyenangkan. Harus memposisikan atau menyesuaikan seperti pendengar, harus peduli, harus tahu apa yang lagi happening atau yang lagi viral. Jadi, penyiar itu ujung tombak dari produksi program, ketika ada arahan dari produser, penyiar harus menyampaikan atau membawa seperti apa yang diarahkan oleh produser, harus tahu seperti apa cara pembawaan topiknya. Contoh hari ini hari guru, maka dibuatlah gimik dan pertanyaan seperti guru favoritmu itu siapa sih m-people, seperti itu.

Begitu juga dengan yang dikatakan oleh informan 1 bahwa Penyiar juga menjadi kunci strategi On Air dalam sebuah program, karena salah satu yang menjadi daya tarik dari sebuah program adalah penyiarnya. Daya tarik yang pasti dari announcernya, dalam proses membangun branding image bahwa Sikat Pagi punya Announcer yang tidak biasa, jadi rata-rata di radio besar, di radio nasional ada dua main program pagi dan sore, pagi biasanya di glontor dengan artis-artis besar, jadi untuk membuka pagi hari harus ada announcer announcer yang tidak biasa. Sedangkan di New Sikat Pagi terdapat dua orang penyiar yang tidak biasa pastinya dibandingkan dengan announcer yang lain dan pastinya yang punya taste ,attitude, atau style yang unik.

Selain itu, penyegaran segmen pada program *Sikat Pagi* juga menjadi strategi On Air dalam meningkatkan minat dan daya tarik pendengar. Strategi dan manajemen program sangat diperlukan, karena merupakan faktor penting dalam menentukan kesuksesan suatu radio dalam memperoleh respon pendengar maupun pengiklan.

4.3.2 Strategi Off Air yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola dan mengemas program siaran Sikat Pagi sehingga bisa meningkatkan minat dan memperkuat daya tarik pendengar.

Adapun strategi Off Air yang dilakukan dalam mengelola dan mengemas program siaran *Sikat Pagi* sehingga dapat meningkatkan minat pendengar adalah dengan Live From, seperti yang dikatakan oleh informan 1. Strategi off air biasanya kolaborasi bersama dengan beberapa komunitas atau beberapa pihak eksternal, biasanya untuk menambah gimik-gimik dan minat orang mendengarkan sikat pagi yang bertujuan untuk memunculkan perbedaan atau keunikan program sikat pagi dengan program lainnya, seperti mengadakan talkshow diluar berkolaborasi dengan pihak kepolisian, dengan penyanyi, dengan komunitas, serta melakukan Livefrom di momen-momen tertentu atau di hari-hari tertentu, misalkan di kantor-kantor, cafe, atau di tempat yang lain. Livefrom itu sendiri adalah siaran langsung dari tempat tersebut, sekaligus mengadakan game atau kuis dan itu juga diluar On Air, jadi bisa menarik minat orang-orang yang hadir. Disamping itu juga informan 3 beranggapan bahwa Live From merupakan strategi Off Air yang dilakukan Radio MFM. Yang biasa

dilakukan ketika off air adalah mengundang radio radio kampus dan mengundang salah satu penyiar dangdut.

Gambar 4. 54 Kegiatan Live From Spesial Hari Radio Nasional.

Setiap program siaran akan bertahan lama jika program tersebut banyak diminati oleh pendengar. Oleh karena itu banyak tahapan yang dilakukan guna mempertahankan program *Sikat Pagi*. Seperti yang dikatakan oleh informan 1 yaitu dengan memanjakan pendengar di pagi hari dengan lagu-lagu yang super hits, yang memang sesuai dengan tagline MFM yaitu Lagu Yang Kamu Banget, jadi lagu yang diputar adalah lagu yang mewakili perasaan M-People, itu salah satu strateginya. Lalu konten aktual faktual dan hal-hal yang seru dan yang tidak biasa itu juga yang ditawarkan di *Sikat Pagi*.

4.3.3 Proses apa saja yang dilakukan Radio MFM dalam mengelola program siaran Sikat Pagi dari mulai perencanaan, eksekusi program, kualitas penyiar, hingga proses evaluasi program.

Sebelum pembuatan program pastinya harus merencanakan segalanya dengan sangat matang, mulai dari melakukan riset pendengar ataupun mengetahui psikologi pendengar. Hal ini perlu dipertimbangkan seperti siapa pendengar dalam setiap waktu, dan apa yang kemungkinan besar sedang dikerjakan oleh pendengar pada saat itu. Jadi, sebuah program harus disusun berdasarkan dengan kegiatan sehari-hari pendengarnya. Seperti yang dikatakan oleh informan 1 mengenai riset. Riset itu pasti, karna data-data yang dikumpulkan itu untuk senjata di program. Biasanya melakukan survey-survey seperti mini survey, maupun memakai platform di web.

Disamping itu, informan 2 juga berpendapat bahwa riset itu perlu dilakukan dan bisa juga dijadikan sebagai bahan referensi. Riset itu banyak hal mulai dari habbit nya pendengar, jadi setiap membuat program itu pasti ada masa dimana ada kurangnya dan ada lebihnya, kemudian dipelajari sembari melihat riset dari M-People apakah fit ketika pagi-pagi mendengarkan musik atau program yang seperti ini pas atau tidak, ditambah dengan banyak mendengarkan radio referensi dari seluruh indonesia dan seluruh dunia supaya paham apa yang radio lain lakukan, jadi bisa tahu apa yang harus dilakukan lebih, selain itu harus paham dengan yang terjadi diluaran sana seperti apa, serta perhatian dengan

semuanya dan itu tidak melulu disekitaran malang, ataupun lingkup nasional, bahkan dari luar negeri juga untuk memastikan program di radio mfm apakah sudah oke, apakah sudah update, dan tidak ketinggalan jaman.

Selain melakukan riset, proses pemilihan dan penjadwalan program juga harus dirancang dengan sangat apik agar menjadi media promosi yang baik guna menarik jumlah pendengar dan pengiklan yang tinggi. Seperti halnya yang dikatakan oleh informan 1 harus mengenal timing atau waktu dalam proses pembuatan program. Yang pertama harus mengenal timing atau waktu, harus mengetahui juga psikologi pendengar itu seperti apa, di segmen segmen tertentu atau jam jam tertentu pendengar itu selalu tahu kebutuhannya, misalnya dari jam 6-7 orang tidak mau ribet untuk mendengarkan musik, maka dipilihlah lagu yang UP supaya ke triger moodnya, maka dari itu segmen yang pas untuk memanjakan pendengar yaitu segmen DEAR YOU seperti mau menyapa orang, salam-salam, maupun hal-hal yang simple atau sederhana. Yang kedua biasanya apa yang saat ini menjadi trend, apa yang menjadi kebutuhan di pagi hari, apa yang saat ini disukai banyak orang, apa yang saat ini banyak diminati orang maka, itu juga bisa dijadikan segmen. Sedangkan proses awal, dan source diambil dari data mini survey, biasanya kalau pagi-pagi kebanyakan orang sedang melakukan kegiatan seperti apa, misalkan dari segi lagu, maka lagu yang ingin di dengarkan di pagi hari itu lagu yang seperti apa, suka berita yang seperti apa, suka konten yang seperti apa,

dari situlah sudah bisa dijadikan segmen. Setelah melalui proses tersebut, maka proses penamaan program dapat disesuaikan dengan konsep nama program, dan pasti harus ada filosofi atau latar belakangnya terlebih dahulu, baru akhirnya bisa menyimpulkan nama segmen. Nama segmen juga harus pas dengan kontennya, jadi semisal pagi-pagi kalau dikasih hadiah pastinya senang sekali, akhirnya program director membuat nama segmen BAGI-BAGI dan ini baru di Program Sikat Pagi dan akan dilanjutkan nantinya, bisa bagi-bagi cerita, bagi-bagi hadiah bagi-bagi berita, bagi-bagi info, namanya orang pagi-pagi dikasih hadiah siapa sih yang tidak mau, karena masih baru maka dikenalkan dulu kepada pendengar, membangun habbit dulu. Dan segmen BAGI-BAGI ini memperkuat konsep dari segmen yang dulu seperti Brosis dan POLA, lalu ada juga segmen yang dulunya bernama 90's rewind karena penamaan segmennya kurang relate atau kurang pas maka diganti penamaannya menjadi HALU (Huru Hara Masa Lalu).

Begitu juga dengan pendapat informan 2, perencanaan dilakukan agar tepat kepada sasaran pendengar serta dapat menarik minat pendengar, lalu proses pelaksanaan rencana program, setelah itu eksekusi atau proses pelaksanaan penyiaran program, dan yang terakhir mengevaluasi serta mengontrol program apakah sudah sesuai dengan kebutuhan pendengar. Perencanaan itu seperti riset, mempersiapkannya dimulai dari meeting atau rapat kecil dulu antara eksekutif produser dan program director, setelah itu diajukan ke manajemen, manajemen ok. setelah itu meeting

bersama teman-teman yang lain, evaluasi ada dua kali evaluasi pertama untuk mengubah sesuatu yang baru sampe evaluasi lagi yang baru ini bagus atau tidak, untuk kualitas penyiar harus mencari yang benar-benar cocok di program sikat pagi yang mindset nya itu semangat, terlebih intonasi vokal juga sangat berpengaruh.

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian

Dari analisis data dan hasil wawancara yang telah digabungkan dengan fokus penelitian, langkah selanjutnya adalah membahas hasil tersebut dan mengkaitkan dengan kerangka dasar teori atau konsep yang sudah dijelaskan pada Bab II. Dalam pembahasan ini peneliti akan menjelaskan hasil penelitian terkait dengan Strategi Radio dalam meningkatkan minat pendengar melalui program On Air dan Off Air, studi terhadap pengelolaan program *Sikat Pagi* di Radio MFM 101.3 FM. Pada bagian ini peneliti menemukan beberapa temuan yang saling berhubungan dengan konsep dan teori yang digunakan oleh peneliti. Seperti yang sudah dibahas pada lembar sebelumnya, bahwa strategi program merupakan kiat-kiat untuk mencapai tujuan dalam pelaksanaan misi suatu radio yaitu memenangkan hati pendengar.

Oleh karena itu Radio MFM terus berusaha menghadirkan program-program menarik yang dikemas sedemikian rupa, serta menghadirkan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan pendengarnya. Guna meningkatkan minat pendengar maka diperlukan strategi-strategi. Peneliti

meneliti Strategi Radio MFM yang menggunakan konsep strategi dari Susan Tyler Eastman dalam bukunya Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices, yaitu strategi radio dalam melakukan penyiaran untuk memperoleh pendengar meliputi: (1) *Strategi Kesesuaian*, yaitu kesesuaian penjadwalan, tipe program, dan pokok masalah terhadap kebutuhan pendengar. Jadi strategi kesesuaian ini bisa disebut dengan perencanaan awal pembuatan program sehingga nantinya dapat dengan mudah menentukan format siaran. Seperti yang dikatakan oleh Program director MFM, mengenai riset. Riset itu pasti dilakukan dalam awal perencanaan program, karna data-data yang dikumpulkan itu digunakan untuk senjata di program. Biasanya melakukan survey-survey seperti mini survey, maupun memakai platform di web. Riset perlu dilakukan karena sebagai bahan referensi.

Riset itu meliputi banyak hal mulai dari habbit atau kebiasaan pendengar, jadi setiap membuat program itu pasti ada masa dimana ada kurangnya dan ada lebihnya, kemudian dipelajari sembari melihat riset dari M-People apakah fit ketika pagi-pagi mendengarkan musik atau program yang seperti ini pas atau tidak, ditambah dengan banyak mendengarkan radio referensi dari seluruh indonesia dan seluruh dunia supaya paham apa yang radio lain lakukan, jadi bisa tahu apa yang harus dilakukan lebih, selain itu harus paham dengan yang terjadi diluaran sana seperti apa, serta perhatian dengan semuanya dan itu tidak melulu disekitaran Kota Malang, ataupun lingkup nasional, bahkan dari luar

negeri juga untuk memastikan program di radio mfm apakah sudah oke, apakah sudah update, dan tidak ketinggalan jaman. Selanjutnya adalah harus mengenal timing atau waktu, harus mengetahui juga psikologi pendengar itu seperti apa, di segmen segmen tertentu atau jam jam tertentu pendengar itu selalu tahu kebutuhannya. (2) *Strategi Pembentukan Kebiasaan*, Seperti pada program *Sikat Pagi* diperlukan adanya strategi yang dilakukan untuk membangun kebiasaan, yaitu dengan pembuatan *adlips* dan pembuatan *rundown*. Dengan adanya *adlips*, pendengar akan mengingat program-program yang ada di Radio MFM, sedangkan *rundown* menjadi acuan bagi penyiar terutama penyiar *Sikat Pagi* untuk menyiarkan secara tepat segmen pada sebuah program dengan tujuan pendengar akan terbiasa dengan alur penyajian program di *Sikat Pagi*. Seperti di jam pertamanya *Sikat Pagi* selalu ada segmen Dear You yang mengajak *M-People* untuk sekedar kirim salam untuk orang tersayang seperti ke sahabat, pacar, atau orang tua. Di segmen ini juga bisa request tiga lagu yang sudah disiapkan oleh *M-Minded* atau dua penyiar *Sikat Pagi*. Lalu di jam keduanya *Sikat Pagi* ada segmen POLA (Polling Ala-Ala), khusus di segmen ini *M-People* mengisi polling hanya melalui media twitter saja. Dan pertanyaan yang diberikan penyiar kepada *M-People adalah* yang berkaitan dengan keseharian. Begitu seterusnya sampai di jam terakhirnya *Sikat Pagi*. (3) *Strategi Pengontrolan Arus Pendengar*, yaitu dapat dilakukan dengan metode menyajikan segmen atau program yang berbeda. Strategi ini dilakukan dengan cara menetapkan standar

mutu, dan melakukan evaluasi. Seperti yang dikatakan oleh eksekutif produser mfm, mengevaluasi serta mengontrol program dilakukan agar sesuai dengan kebutuhan pendengar, ada dua kali evaluasi yang pertama untuk mengubah sesuatu menjadi lebih baru, lalu di evaluasi lagi apakah yang terbaru ini bagus atau tidak, lalu standar mutu untuk kualitas penyiar juga dicari yang benar-benar cocok dan pas berada di program sikat pagi. (4) *Strategi Penyimpanan Sumber-Sumber Program*, yang dimaksudkan agar program tersebut dapat dipakai kembali suatu saat dan tentunya disajikan atau dikemas secara berbeda. Seperti program terdahulu yaitu Morning Show yang sekarang menjadi program Sikat Pagi, lalu yang dulunya ada segmen Mas Jos sekarang diganti dengan nama Jeng Yayuk tetapi konsepnya masih sama yaitu memberikan tips-tips atau info ringan. (5) *Strategi Daya Penarik Massa*, yaitu mengemas program siaran semenarik mungkin yang sesuai dengan kebutuhan pendengar. Seperti yang dikatakan oleh program director mfm bahwa *Sikat Pagi* ini merupakan konten, konten ini pastinya dibutuhkan packaging, packaging ini meliputi packaging announcer mulai dari pakaiannya, atau inner beautynya atau mungkin dari kegokilannya. Lalu packaging program, biasanya dari visual yang ditampilkan di sosial media seperti promosi poster program, atau memberikan service yang nyata berupa giveaway atau hadiah-hadiah yang nyata jadi tidak hanya sekedar request lagu. Jadi, packaging ini sangat diperlukan karena ketika pendengar sudah tahu

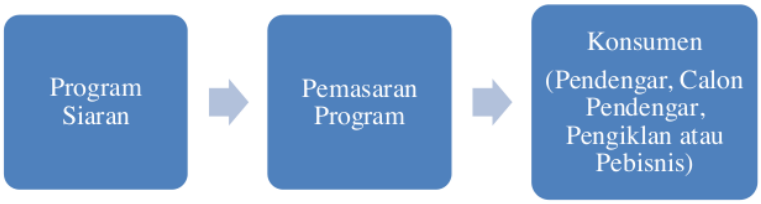
kontennya dan tahu kualitasnya, ketika tidak tahu packagingnya maka terasa kurang lengkap (Anwarudin, 2010: 14).

Dari pengamatan yang dilakukan selama penelitian dan hasil wawancara, peneliti menemukan kesamaan dalam teori yang digunakan dengan hasil penelitian yang peneliti lakukan. Dalam penelitian ini peneliti memakai Teori Strategi Program Pringle, Starr, dan McCavitt. Bahwa strategi program sangat dipengaruhi oleh kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan (Retnowati, 2009:20). Karena pendengar merupakan konsumen yang mendengarkan program-program stasiun radio maka, programming harus disusun sesuai dengan kebutuhan pendengar sehingga dapat meningkatkan minat pendengar. Seperti yang sudah dikatakan oleh informan 1 selaku program director bahwa dibuatnya suatu program itu berawal dari riset terhadap pendengar, bagaimana caranya membangun mood pendengar supaya aktivitasnya di pagi hari lebih semangat, atau mungkin dari kebiasaan orang-orang kalau berangkat ke kampus atau kantor itu biasanya butuh sesuatu yang bisa membangunkan semangat mereka di pagi hari misalnya saja dengan mendengarkan musik di radio mobil atau sebagainya, maka dari itu dibuatlah program yang seru dan asik di pagi hari, yaitu program *Sikat Pagi* Siaran Bikin Semangat Pagi. *Sikat Pagi* sebagai program primetime pagi menghadirkan sesuatu yang segar di pagi hari mulai dari interaktif bersama M People, tips, hingga topik-topik isu terkini dan games untuk generasi 90an setiap senin-jum'at dari jam 6 sampai 10 pagi.

Gambar 4. 55 Poster program Sikat Pagi

Selain itu pelaku di industri radio juga berusaha untuk memproduksi program dengan nilai komersial yang tinggi, yang bertujuan untuk menarik jumlah pendengar dan pengiklan yang tinggi. Karena varian-varian segmen kreatif yang ditawarkan di pagi hari maka, seperti yang sudah disampaikan oleh program director dan eksekutif produser bahwa respon pengiklan di radio mfm cukup tinggi, dan di Kota Malang satu-satu nya program yang di blocking atau di beli adalah program siaran di MFM, dan itu jauh lebih mahal, sedangkan jika dibandingkan dengan radio lain, iklan nya hanya berupa slot tetapi di *Sikat Pagi* sudah di Blocking, jadi penyebutannya sudah berbeda yaitu *Sikat Pagi dipersembahkan oleh*. Sosial media MFM juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan iklan dari pebisnis yang melihat peluang besar dikarenakan followers atau pengikut di sosial media MFM yang jumlahnya banyak,

serta kinerja M-Minded (Crew MFM) ketika On Air maupun Off Air yang mampu menarik minat pendengar atau pengiklan.



Gambar 4. 56 Pemasaran Program

Marketing MFM dan Admin MFM berperan dalam pemasaran program, marketing bertugas untuk meningkatkan pendapatan stasiun radio MFM dengan mengatur penjualan jam siaran (mencari iklan) sedangkan admin bertugas untuk mengatur jam tayang iklan atau menjadwalkan iklan (airing), dan mengisi log iklan (di studio siaran). Pemasaran program *Sikat Pagi* dilakukan dengan cara berikut:

1. On Air → Adlips promo Program, Jingle MFM, atau Bumper yang di putar secara rutin.
2. Off Air → Live From dan Radio Meet Up
3. Website MFM

   Di website MFM terdapat fitur Live Streaming yang bertujuan untuk memperluas jangkauan siaran sehingga pendengar bisa mendengarkan siaran program dimanapun dan kapanpun.

Gambar 4. 57 Website 101.3 MFM

4. Instagram MFM

Instagram dimanfaatkan sebagai sarana untuk meningkatkan pendapatan iklan dari pebisnis yang melihat peluang besar dikarenakan followers atau pengikut MFM yang mencapai 17 Ribu pengikut serta postingan yang setiap harinya selalu update atau terkini.

Gambar 4. 58 Instagram MFM

Data pendengar yang telah didapat atau diperoleh dari gabungan media sosial mfm seperti web, instagram, dan whatsapp kemudian di kalkulasikan. Biasanya data pendengar ini akan diminta oleh klien yang akan memasang iklan untuk mengetahui berapa banyak pendengar MFM, dan setiap bulan selalu rutin untuk direkap.

Gambar 4. 59 Pamflet Sikat Pagi sumber: Website 101.3

Pemilihan dan penjadwalan program juga dirancang sedemikian rupa agar menjadi media promosi produk yang baik. Serta diperlukan juga lembaga-lembaga yang bertugas untuk memastikan stasiun radio mfm

berada pada jalur yang melayani kepentingan orang banyak. Radio mfm sudah bergabung dalam PRSSNI yaitu Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia dengan harapan programming tidak hanya ditujukan untuk kepentingan finansial tetapi juga memperhatikan standar mutu program.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan dengan judul Strategi Radio dalam meningkatkan minat pendengar melalui program On Air dan Off Air, studi terhadap pengelolaan program *Sikat Pagi* di Radio MFM 101.3 FM. Maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Penyegaran segmen pada program *Sikat Pagi* menjadi Strategi on air dalam meningkatkan minat dan daya tarik pendengar, seperti segmen Mas Jos yang sekarang berganti dengan segmen Jeng Yayuk tetapi konsep nya masih sama yaitu memberikan tips dan info menarik. Ada juga segmen Bagi-Bagi yang memiliki konsep berbagi cerita, berbagi info, maupun berbagi hadiah, dimana segmen Bagi-Bagi ini memperkuat konsep dari segmen yang terdahulu seperti Brosis dan POLA. Kemudian segmen 90's rewind juga dilakukan penyegaran untuk penamaan segmennya yaitu menjadi HALU (Huru Hara Masa Lalu) tetapi konsepnya tetap sama yaitu memutarkan lagu-lagu tahun 90 an atau lagu-lagu di 20 tahun terakhir.

Adapun Strategi off air yang dilakukan dalam mengelola dan mengemas program *Sikat Pagi* sehingga dapat meningkatkan minat pendengar adalah dengan Live From seperti mengadakan talkshow diluar dan berkolaborasi dengan berbagai pihak. Serta mengadakan kegiatan off air lainnya yaitu MFM Present "Radio Meet Up 2020", kegiatan ini berupa

workshop atau seminar tentang dunia radio, seperti bagaimana cara mengenal air personality dan theater of mind, kemudian bagaimana cara membangun personal branding, serta bagaimana cara menyusun playlist lagu seru sesuai dengan program. Kegiatan off air yang dilakukan radio mfm bertujuan untuk menjalin kedekatan antara M-Minded dengan M-People.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan, maka terdapat beberapa saran dari penulis sebagai berikut:

1. Untuk segmen Bagi-Bagi pada program *Sikat Pagi* bisa ditambahkan atau direalisasikan dengan pemberian hadiah atau giveaway kepada pendengar, sehingga tidak sekedar bagi-bagi cerita, info atau tips saja.
2. Kegiatan off air seperti Live From, workshop, maupun seminar tentang dunia radio bisa dilakukan rutin tiap 3 atau 6 bulan sekali, guna menjalin kedekatan lebih intens dengan pendengar (M-People).

STRATEGI RADIO DALAM MENINGKATKAN MINAT PENDENGAR MELALUI PROGRAM ON AIR DAN OFF AIR

ORIGINALITY REPORT

21%	18%	4%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	5%
2	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	3%
3	mfm1013.com Internet Source	2%
4	www.scribd.com Internet Source	2%
5	id.123dok.com Internet Source	1%
6	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
7	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
8	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to Binus University International	

	Student Paper	<1%
10	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%
11	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
12	jurnal.unismabekasi.ac.id Internet Source	<1%
13	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1%
14	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
15	Submitted to Universitas Negeri Makassar Student Paper	<1%
16	ifaikah2.wordpress.com Internet Source	<1%
17	www.slideshare.net Internet Source	<1%
18	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1%
19	pt.scribd.com Internet Source	<1%
	Submitted to Universitas Muria Kudus	

20	Student Paper	<1%
21	repository.unair.ac.id Internet Source	<1%
22	repository.utu.ac.id Internet Source	<1%
23	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%
24	nadafm-stainjbr.blogspot.com Internet Source	<1%
25	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
26	id.scribd.com Internet Source	<1%
27	www.repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
28	Submitted to UPN Veteran Jawa Timur Student Paper	<1%
29	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
30	arsipkuliahtarbiyah.blogspot.com Internet Source	<1%
31	Aqodiah Aqodiah Aqodiah. "KEBIJAKAN	<1%

PENDIDIKAN DASAR GRATIS (STUDI KOMPARASI DI SD DAN MI DI YOGYAKARTA)", Ibtida'iy : Jurnal Prodi PGMI, 2017
Publication

32	repository.stainparepare.ac.id Internet Source	<1%
33	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	<1%
34	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1%
35	repository.isi-ska.ac.id Internet Source	<1%
36	www.docstoc.com Internet Source	<1%
37	cakrabuanaku.blogspot.com Internet Source	<1%
38	tribratanewsriau.com Internet Source	<1%
39	repository.ummat.ac.id Internet Source	<1%
40	repository.fisip-untirta.ac.id Internet Source	<1%
41	publication.petra.ac.id Internet Source	<1%

42	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1%
43	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1%
44	permatagarut.id Internet Source	<1%
45	ejournal.nusamandiri.ac.id Internet Source	<1%
46	laporgub.jatengprov.go.id Internet Source	<1%
47	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1%
48	Gita Agnesia, Luki Sahidan. "Strategi Kreatif Programmer Dalam Menaikan Eksistensi Program Shio Asia Di Tengah Fenomena Korean Wave", Jurnal Ilmiah Komunikasi (JIKOM) STIKOM IMA, 2018 Publication	<1%
49	docplayer.info Internet Source	<1%
50	ejournal.undwi.ac.id Internet Source	<1%
51	nugrahpratama21.blogspot.com Internet Source	<1%

52	Anjang Priliantini. "MENILIK DILEMA IDEOLOGI RADIO SWASTA LOKAL DAN STRATEGI PERIKLANANNYA", Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika, 2017 Publication	<1%
53	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		