

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
MANAJEMEN PROGRAM SIARAN ACARA MUSIK
INDIE AIR DIRADIO ZORA, BANDUNG

Disusun Oleh :

Doddy Permana
NPM. 11.6040056

Skripsi ini telah diuji pada ujian sidang akhir Program Studi Seni Musik Fakultas Ilmu Seni & Sastra Universitas Pasundan pada tanggal 21 Januari 2017 dan telah dinyatakan Lulus oleh dewan penguji

Pembimbing I

Pembimbing II

Ridwan Sigit, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 0428076903

Ir. Ahmad Hidayat, Amd.Sn., M.Sn.
NIPY. 15110326

Penguji I

Penguji II

Dr. Diah Latifah, M.Pd.
NIPY. 196310061992022001

Dr. Drs Deni Hermawan, M.A.
NIPY. 195912231985031003

SKRIPSI

MANAJEMEN PROGRAM SIARAN ACARA MUSIK *INDIE AIR* DIRADIO ZORA, BANDUNG

Disusun Oleh :

Doddy Permana
NPM. 11.6040056

Skripsi ini telah syah dan layak diterima di Program Studi Seni Musik Fakultas
Ilmu Seni & Sastra Universitas Pasundan

Dekan Fakultas Ilmu Seni & Sastra

Ketua Program Studi Seni Musik

Dr. Hj Senny Suzana Alwasilah, S.S., M.Pd.
NIPY. 15101322

Djaelani, S.Sn., M.Sn.

ABSTRAK

Radio merupakan salah satu media masa yang diantaranya sebagai media penyiaran musik yang sampai saat ini masih bertahan. Dengan semakin berkembangnya kecanggihan pada teknologi penyiaran telah memudahkan berkembangnya populasi radio. Hal ini berdampak pada munculnya persaingan diantara radio itu sendiri. Sehingga dibutuhkan strategi dan tata kelola (*management*) yang baik agar media tersebut mampu bersaing dengan media-media lainnya, khususnya antar radio itu sendiri dalam rangka meraih pendengar/konsumen sebanyak-banyaknya. Radio Zora adalah salah satu radio yang memiliki program acara musik yang bernama *Indie Air*. Berdasarkan hasil investigasi jumlah pendengar program acara *Indie Air* telah mencapai 300 audiens dalam kurun waktu 1 jam. Hal ini dikarenakan program *Indie Air* tersebut memiliki diferensiasi jika dibandingkan dengan program musik lainnya. Hal ini diasumsikan sebagai salah satu faktor pendukung dalam upaya menarik minat para pendengar dan menarik perhatian musisi atau band-band di Bandung. Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan maka dapat diketahui bahwa keberhasilan yang diperoleh oleh program *Indie Air* tersebut sebagai hasil dari sebuah tata kelola yang sistematis, efektif, dan efisien. Dengan mengandalkan sumber daya manusia yang dimilikinya, radio Zora telah mampu membuat system dan mekanisme yang logis, ilmiah, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Kata Kunci: Radio, Indie, Tata Kelola, Zora, Perencanaan (Planning), Pengorganisasian (Organizing), Pergerakan (Actuating), Pengawasan (Controlling)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Pengertian Manajemen.....	7
2.2 Perencanaan (<i>Planning</i>).....	8
2.3 Pengorganisasian (<i>Organizing</i>).....	14
2.4 Penggerakan (<i>actuating</i>).....	16
2.5 Pengawasan (<i>Controlling</i>).....	18
2.6 Program Siaran.....	20
2.7 Pendengar (<i>Audiens</i>) Penyiaran	23
2.8 Keberhasilan Program Siaran.....	24
2.9 Musik Independen (<i>Indie</i>).....	25

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	27
3.2 Lokasi dan Sasaran Penelitian	28
3.3 Intrumen Penelitian	28
3.4 Sumber Data.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Data	32
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	32
4.1.2 Program Acara <i>Indie Air</i>	42
4.1.3 Manajemen Program Siaran Acara Musik <i>Indie Air</i>	43
4.2 Pembahasan.....	54
4.2.1 Manajemen Program Siaran <i>Indie Air</i>	54
4.2.2 Keberhasilan Program Siaran	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	i
LAMPIRAN.....	ii

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Oganigram Struktur Media Penyiaran Umum	15
Gambar 2 2 Pembagian Format Radio Menurut <i>Pringle Starr McCavitt</i>	21
Gambar 4 1 Logo Radio Zora 90.1 FM Bandung	34
Gambar 4 2 Struktur Organisasi Zora Radio.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 4 1 Struktur Divisi Program Acara Musik <i>Indie Air</i>	49
Tabel 4 2 Roundown Program Acara Indie Air Kamis, 17 Maret 2016	52
Tabel 4 3 Struktur Divisi Program Acara Musik <i>Indie Air</i>	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini musik semakin berkembang pesat, salah satu diantaranya adalah musik *indie*. Banyak musisi-musisi mancanegara maupun Indonesia, khususnya di kota Bandung bermunculan dan mengusung musik *indie*. Menurut Naldo (2012 : 35), Musik independen sering disingkat menjadi musik *indie*, merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemerdekaan dari arus utama label rekaman komersial atau anak perusahaan mereka dan otonom, *Do It Yourself (DIY)* merupakan pendekatan perekaman dan penerbitan. Meskipun banyak seniman musik independen sering dikategorikan di bawah genre lain karena gaya itu tidak terdefiniskan. Etika *DIY* mengacu pada etika ‘*self-sufficiency*’. Berdasarkan yang dikatakan oleh naldo, Hal tersebut merupakan sebuah kegiatan tata kelola dalam memajukan musik untuk mencapai sebuah tujuan tertentu. Sedangkan menurut Editor majalah *Rolling Stones* Indonesia Wenk Rawk/ Wendi Purtanto (Idhar, 2008: 26) menulis, “sebenarnya menurut saya, musik *indie* sebagai aliran atau *genre* musik itu tidak ada, karena yang disebut musik *indie* itu adalah untuk membedakan antara yang *mainstream* dengan *indie*. Jadi, *music indie* adalah istilah untuk membedakan antara yang dimainkann oleh musisi professional dengan musisi amatir. Tapi yang pasti, *indie* adalah gerakan bermusik yang berbasis dari apa yang kita punya, *Do It Yourself (DIY)*; etika yang kita punya mulai dari merekam, mendistribusikan dan mempromosikan dengan uang sendiri”. (www.wenzrawkmansion.multiply.com). Pada mulanya indie merupakan sebuah tata kelola mulai dari produksi, distribusi dan juga mempromosikan karya musik tanpa campur tangan perusahaan besar (mayor label).

Seiring dengan pesatnya perkembangan musik, *indie*-pun bukan hanya sebuah gerakan mandiri untuk memproduksi, distribusi dan juga promosi dalam kegiatan bermusik, tidak adanya keterlibatan perusahaan besar dalam proses produksi musik *indie*, hal tersebut mempengaruhi hasil karya musik ciptaan musisi *indie* tersebut. Musisi *indie* dapat dengan leluasa mengeluarkan ide-ide nya dalam proses penciptaan karya musik yang merujuk pada musik-musik yang tidak mainstream (tidak biasa). Pergerakan *indie* tersebut pun sangat mempengaruhi pada hasil karya musik yang diciptakan.

Seiring dengan berkembangnya musik, media elektronik seperti televisi, radio dan internet yang kegunaannya dapat dijadikan media untuk mempublikasikan karya musik pun harus membaca peluang dan turut mengimbanginya. Media elektronik tersebut menyuguhkan berbagai macam acara menarik yang siap untuk kita nikmati, baik secara auditif maupun visualitatif. Dengan semakin berkembangnya juga kecanggihan pada teknologi maka akan memudahkan media-media untuk membuat program acara yang dapat menarik minat konsumennya. Hal ini berdampak pada munculnya persaingan diantara media itu sendiri. Sehingga dibutuhkan sebuah tata kelola (*management*) dalam membuat program acara khususnya acara musik, agar media tersebut mampu bersaing dengan media-media lainnya serta untuk menjaga konsistensinya dan meraih banyak konsumen. Sehingga dengan demikian konsumen akan memiliki banyak pilihan pada saat menikmati program musik melalui media-media tersebut.

Radio adalah salah satu media yang selalu menyuguhkan program acara musik. Dibandingkan dengan media lainnya siaran radio merupakan media yang murah dan mudah diakses oleh masyarakat. Bahkan menurut M. Romli (2009: 19) Radio menjadi media utama untuk mendengarkan musik. Sajian musik menjadi sebuah kelebihan dari radio karena pada umumnya orang mendengarkan radio untuk mendengarkan musik. Radio memiliki program acara musik dengan tema yang berbeda – beda baik secara *off air* maupun *on air*. Di Indonesia sendiri

khususnya di wilayah Bandung Jawa Barat banyak bermunculan stasiun-stasiun radio yang menyuguhkan program acara musik.

PT. Karang Tumaritis dibawah naungan Yayasan Pendidikan Telkom yang terletak di Jalan Sumur Bandung No. 12 adalah lembaga atau perusahaan yang mendirikan Radio Zora dan merupakan salah satu radio yang cukup bergengsi di Bandung Jawa Barat. Radio Zora resmi on air pada tanggal 1 Juli 2005 dengan frekuensi 90.1 FM. Radio Zora mangadakan salah satu program acara musik yang banyak diminati oleh para pendengar khususnya kalangan anak muda dan pecinta musik di Bandung yaitu program acara *Indie Air*. Program ini merupakan salah satu program acara musik yang disiarkan secara langsung (*on air*) di Radio Zora setiap hari kamis malam pada pukul 19.00-21.00 WIB. Program acara tersebut memiliki segmentasi pendengar kalangan anak muda mulai dari umur 15-25 tahun. Di dalam program acara *Indie Air*, musik-musik yang diputarkan 100% adalah musik *indie* musisi lokal Indonesia.

Berbeda dengan program acara musik di radio lain, program acara *Indie Air* memiliki format radio berbasis edukasi *entertainment* yang didalamnya tidak hanya menyuguhkan hiburan berbentuk musik, tetapi juga memberikan informasi seputar musik yang memberikan manfaat edukatif bagi para pendengarnya yang bersinergi dengan nilai edukasi. Program acara *Indie Air* secara berkala mengundang beberapa tamu secara perorangan ataupun organisasi seperti *studio recording*, *audio engineering* untuk memberikan informasi edukasi musik kepada para pendengarnya.

Berdasarkan wawancara dengan Gordo selaku produser program acara *Indie Air*, (25 Mei 2016) jumlah pendengar program acara *Indie Air* kurang lebih mencapai 300 audiens dalam kurun waktu 1 jam. Kelebihan dan kekhasan dari program *Indie Air* tersebut telah mampu menarik minat para pendengar dan menarik perhatian musisi atau band-band di Bandung untuk mempromosikan karya musiknya di acara tersebut. Hal ini peneliti asumsikan bahwa keberhasilan dari program tersebut merupakan hasil dari tata kelola yang baik pula.

Menurut Morissan (2008: 133) mengelola media penyiaran pada dasarnya adalah mengelola manusia. Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada media penyiaran tersebut. Namun demikian, kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan media penyiaran mengelola sumber daya manusia yang ada. Karena itu penerapan fungsi-fungsi manajemen yang baik mutlak diperlukan oleh Radio Zora dalam menjalankan program acara musik *Indie Air*. Fungsi-fungsi manajemen tersebut diantaranya adalah *Planning* yang meliputi penetapan tujuan, pemilihan tema acara, pemilihan artis, penetapan waktu, menentukan target pendengar serta promosi. *Organizing* meliputi pembentukan divisi berdasarkan SDM yang kompeten dibidangnya, *Actuating* yang meliputi penerapan perencanaan dalam proses pelaksanaan siaran acara *Indie Air*, dan *Controlling* yang meliputi evaluasi program acara *Indie Air*.

Atas dasar pemikiran di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap tata kelola (*management*) yang dilakukan Radio Zora dalam program acara musik *Indie Air*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti merumuskan masalah yang akan diteliti, yaitu bagaimana manajemen program siaran acara musik *Indie Air* yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berpijak dari rumusan masalah, dapat dikemukakan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan manajemen program siaran acara *Indie Air* yang dilakukan oleh radio Zora.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap hasil penelitian ini akan memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut :

1. Untuk Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai manajemen program siaran acara musik yang radio Zora lakukan.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna, terutama bagi peneliti dimasa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi radio Zora untuk meningkatkan kualitas program-program acara musik baik *off-air* maupun *on-air*.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan penelitian, peneliti membuat sistematika dalam 5 Bab yaitu :

Bab I Pendahuluan

Pendahuluan dimaksudkan untuk mengantarkan pembaca terhadap alasan-alasan penelitian dan permasalahan. Dengan membaca bagian pendahuluan, pembaca akan mendapat gambaran arah pokok permasalahan dan pembahasan tentang Manajemen Program siaran Acara Musik *Indie Air* Di Radio Zora. Pada bagian pendahuluan ini berisikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang teori-teori atau pendapat dari para ahli yang relevan dengan tema penelitian baik dari buku-buku ilmiah, journal, maupun sumber-sumber lain.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode penelitian, informasi penelitian, lokasi penelitian metode pengumpulan data penelitian dan teknik analisis data penelitian.

Bab IV Data dan Pembahasan

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan tentang Manajemen Program Siaran Acara Musik *Indie Air* di Radio Zora.

Bab V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan tentang simpulan dari hasil penelitian mengenai Manajemen Program Siaran Acara Musik *Indie Air* di Radio Zora dan juga berisikan saran yang peneliti berikan untuk dapat meningkatkan dan memperbaiki permasalahan yang timbul dalam siaran acara musik *Indie Air* di radio Zora, Bandung.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Manajemen

Manajemen adalah suatu proses penyelenggaraan berbagai kegiatan dalam rangka penerapan tujuan sebagai kemampuan atau keterampilan orang yang menduduki jabatan manajerial untuk memperoleh sesuatu hasil dalam rangka pencapaian tujuan melalui kegiatan-kegiatan orang lain (Andri Ferianto, 2015:4)

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan (2014:2) manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Menurut Andrew F. Sikula (2014:2) *Management is a general refer to planning, organizing, motivating, communicating and decision making activities performed by any organization in order to coordinate the varied resources of the enterprise so as to bring an efficient creation of some product service.*

Arti: manajemen pada umumnya dikaitkan dengan aktivitas-aktivitas perencanaan, pengorganisasian, pengendalian dan pengambil keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan sehingga akan dihasilkan suatu produk atau jasa secara efisien.

Sedangkan Menurut Sedamaryanti dalam bukunya yang berjudul Manajemen Strategi (2014: 2) manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Manajemen penyiaran pada dasarnya adalah mengelola manusia. Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreativitas manusia yang bekerja pada media penyiaran tersebut. Namun demikian, kualitas manusia saja tidak cukup jika tidak disertai dengan kemampuan pimpinan media penyiaran mengelola sumber daya manusia yang ada. Karena itu manajemen yang baik mutlak diperlukan pada media penyiaran. Sebagaimana organisasi dan perusahaan lain, media penyiaran menggunakan manajemen dalam menjalankan kegiatannya. Pada dasarnya manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan menjadi lebih sulit (Morissan, 2008: 133).

Berdasarkan definisi tentang manajemen diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen dalam penelitian ini yaitu merupakan proses penentuan rangkaian kegiatan jangka pendek ataupun jangka panjang mulai dari perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan evaluasi program acara musik *Indie Air* agar tujuan yang telah ditetapkan radio Zora dapat tercapai.

2.2 Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan (*planning*) merupakan salah satu elemen penting dari manajemen, perencanaan merupakan fungsi dasar (*fundamental*) manajemen, karena *organizing, staffing, directing, dan controlling* pun harus terlebih dahulu direncanakan (Hasibuan, 2014: 91).

Menurut Feriyanto (2015: 13) perencanaan memiliki definisi sebagai berikut:

1. Perencanaan adalah proses membandingkan, menilai dan memilih alternatif yang baik dari kegiatan yang dilakukan dalam rangka mencapai tujuan bersama
2. Perencanaan adalah pengambilan keputusan untuk memilih berbagai kemungkinan yang ada

3. Perencanaan adalah suatu proses yang rasional dengan menggunakan fakta masa lalu dan dugaan masa depan untuk menggambarkan perkiraan masa yang akan datang.

Pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program siaran yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu (Morissan, 2008: 274)

Perencanaan program penyiaran meliputi kegiatan sebagai berikut (Morissan, 2008: 280) :

1. Penetapan tujuan (misi) program siaran
2. Analisis peluang dan analisis kompetitif
3. Segmentasi pasar (audiens)
4. Bauran program siaran yang mencakup :
 - a. Nama program siaran
 - b. Konsep atau konten yang disajikan
 - c. Penjadwalan program siaran
 - d. Promosi program siaran

1. Penetapan Tujuan

Secara umum penetapan tujuan merupakan suatu aktivitas untuk menetapkan sesuatu yang ingin dicapai melalui pelaksanaan kerja (Siswanto, 2013: 45)

1). Tujuan program penyiaran

Pada umumnya tujuan dari program penyiaran adalah untuk menarik banyak audien. Namun jumlah audien yang banyak bukanlah satu-satunya tujuan penyiaran sebuah program acara. Terdapat pula tujuan-tujuan lain selain mendapatkan audien yang besar, diantaranya; *prestise*, *brand awareness*, penghargaan, dan kepentingan publik (Morissan, 2008: 290).

Sedangkan menurut Romli (2009: 28) program acara radio sangat beragam, masing-masing memiliki maksud dan tujuan. Hal tersebut harus diselaraskan dengan format dan juga visi dan misi stasiun radio.

2. Analisis Peluang dan Analisis Kompetitif

Analisis yang cermat terhadap pasar audien akan memberikan peluang bagi setiap penayangan program untuk diterima para audien. Suatu stasiun penyiaran biasanya mengidentifikasi peluang pasar dengan cara memperhatikan pasar audien secara cermat dan menandai jika terdapat kecenderungan kenaikan minat dan juga memperhatikan tingkat kompetisi program siaran yang terdapat pada setiap segmen pasar atau audien (Morissan, 2008: 278).

3. Segmentasi Pasar (audiens)

Dalam kegiatan bisnis, segmentasi pasar digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari peluang, menggerogoti segmen pemimpin pasar, merumuskan pesan, komunikasi, melayani lebih baik, menganalisis perilaku konsumen, mendisain produk dll. Segmentasi pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasar (Shinta, 2011: 63).

Menurut Morissan (2008: 179) segmentasi diperlukan agar stasiun penyiaran dapat melayani audiennya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih persuasif dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju.

4. Bauran Program

A. Nama program

Menurut Morissan dalam Periklanan (2010: 76) memilih nama merek bagi suatu produk merupakan kegiatan yang penting ditinjau dari persepektif promosi karena nama merek berfungsi menyampaikan atribut dan makna.

Sedangkan dalam Manajemen Media Penyiaran, Morissan (2008: 283) mengungkapkan dalam memilih nama suatu program siaran, pengelola program siaran harus memilih nama yang dapat menginformasikan konsep program dan dapat membantu menempatkan atau memposisikan program siaran di memori otak audien.

B. Tema atau konten yang disajikan

Secara umum, menurut Wahyudi (2008: 161), tema adalah ide yang mendasari suatu cerita. Tema berperan sebagai pangkal tolak dalam memaparkan karya rekaan yang diciptakan.

Dalam penentuan tema sebuah program acara ataupun pertunjukan harus sesuai dengan tujuan awal yang telah ditetapkan sebelumnya. Tema pertunjukan menyangkut tentang penentuan jenis dan bentuk pertunjukan yang dimaksud adalah teater, tari dan musik. Sedangkan bentuknya dapat berupa tradisional, kreasi, modern dan termasuk didalamnya adalah keragaman genre (Jazuli, 2014: 54)

Menurut Morissan (2008: 238) pengelola program siaran yang baik harus mengetahui apa yang menarik ataupun yang sedang populer dikalangan masyarakat untuk kelompok-kelompok yang berbeda-beda. Terdapat 3 bentuk infotainment radio yang populer di Indonesia yaitu :

1. *Info-entertainment*: penyampaian informasi, promosi dan sejenisnya dari dunia hiburan dengan diselingi oleh pemutaran lagu.
2. *Infotainment*: penyampaian informasi, promosi dan sejenisnya dari dunia hiburan yang topiknya menyatu dengan lagu-lagu atau musik yang diputar.
3. *Information & entertainment*: sajian informasi khususnya berisi berita-berita actual dilengkapi perbincangan yang tidak selalu dari khazanah dunia hiburan.

C. Penjadwalan

Menurut StephenP. Robbin (1999: 251), penjadwalan merupakan daftar dari kegiatan-kegiatan yang diperlukan, urutan penyelesaian, siapa yang mengerjakan masing-masing kegiatan tersebut, dan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikannya.

M. Jazuli (2014: 55) mengungkapkan kepastian hari dan ketepatan dalam menjadwalkan sebuah acara harus dijadwalkan dengan tepat, sehingga tidak menimbulkan keraguan dari pihak audien untuk menikmati acara tersebut. Dalam menetapkan waktu yang penting dipertimbangkan adalah keadaan waktu yang luang, senggang ataupun longgar.

Sedangkan menurut Morissan (2008:343) menentukan jadwal penyangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audien, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk menonton televisi atau mendengarkan radio. Berdasarkan pembagian siklus aktivitas audien mulai dari bangun tidur hingga kembali tidur, maka waktu siaran dibagi kedalam lima segmen. Setiap segmen memiliki ciri-ciri atau sifat audien yang berbeda-beda, diantaranya sebagai berikut :

- | | |
|----------------------------|-----------------|
| a) <i>Prime Time</i> | jam 19.30-23.00 |
| b) <i>Late Fringe Time</i> | jam 23.00-01.00 |
| c) <i>All Other Time</i> | jam 01.00-10.00 |
| d) <i>Day Time</i> | jam 10.00-1630 |
| e) <i>Fringe Time</i> | jam 16.30-19.30 |

Prime time merupakan waktu siaran yang paling banyak menarik audien. Audien yang berada pada segmen ini sangat beragam (anak-anak, remaja dan dewasa). Stasiun penyiaran biasanya akan menempatkan program acara terbaiknya pada segmen ini dikarenakan jumlah audiennya yang besar.

D. Promosi

Menurut Shinta (2011: 120) pada hakikatnya promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan.

Menurut Michael Ray dalam Periklanan (Morissan, 2010: 16) mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa tau memperkenalkan suatu gagasan. Sedangkan dalam Media Penyiaran (Morissan, 2008: 455) melalui promosi, media penyiaran mencoba untuk membujuk khalayak untuk tetap mengikuti program-program yang disiarkan dan sekaligus membujuk pemasang iklan untuk membeli waktu siaran yang tersedia. Terdapat empat metode utama yang banyak digunakan media penyiaran untuk melakukan promosi, diantaranya adalah :

1. Promosi Di Media Penyiaran Sendiri

Morissan (2008: 458) mengungkapkan, tempat terbaik untuk mempromosikan program acara adalah tentu saja di stasiun sendiri. Promosi di stasiun sendiri merupakan cara yang paling cepat dan mudah dilakukan karena audien sudah tersedia.

2. Promosi Melalui Internet

Internet saat ini sudah menjadi media iklan yang menarik. Banyak praktisi pemasaran mengiklankan produk mereka baik di *web site* sendiri maupun di *web site* milik perusahaan lain (Morissan, 2010: 24).

Sedangkan dalam Media Penyiaran, Morissan (2008: 473) mengungkapkan promosi melalui internet atau jejaring sosial memungkinkan terjadinya arus timbal balik yang memungkinkan pengguna dapat berpartisipasi pada saat itu juga (*real time*) seperti mengajukan pertanyaan, menjawab pertanyaan dan tentu saja melakukan pembelian. Karena sifat yang interaktif, internet menjadi cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan konsumen.

3. Promosi Melalui Kontes Berhadiah

Morissan mengatakan (2008: 471) stasiun penyiaran kerap mengadakan kontes atau kompetisi dalam upaya meningkatkan promosi stasiun penyiaran. Sebuah kontes (*event/ festival/ kompetisi*) diakui sebagai salah satu cara yang efektif untuk menarik perhatian audien dan bahkan meningkatkan audien.

4. Promosi Melalui *Billboard*

Morissan (2008: 465) mengungkapkan keuntungan *billboard* sebagai medium iklan antara lain dalam hal ukurannya yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta dapat ditambah dengan efek-efek khusus seperti cahaya, gelombang, gerakan berputar dan sebagainya.

Berdasarkan definisi perencanaan yang telah dibahas diatas, maka dapat disimpulkan perencanaan dalam penelitian ini merupakan sebuah proses pengambilan keputusan dalam membuat sebuah strategi atau rencana untuk diterapkan dalam serangkaian kegiatan dalam program acara musik *Indie Air* guna pencapaian tujuan yang ditetapkan oleh radio Zora.

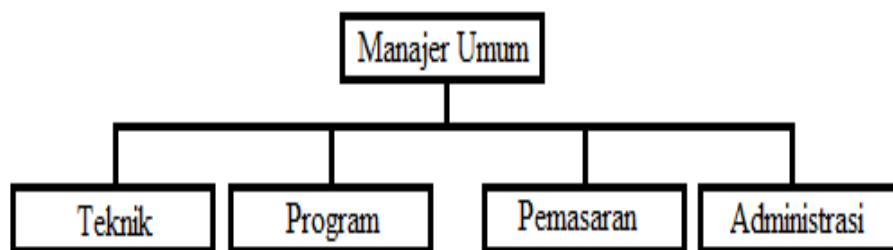
2.3 Pengorganisasian (*Organizing*)

Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang, alat-alat, tugas, tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga terciptanya suatu organisasi yang dapat digerakan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Feriyanto, 2015: 26).

Menurut M. Jazuli (2014: 14) Pengorganisasian diartikan sebagai keseluruhan proses pengelompokan orang-orang, alat, tugas dan tanggung jawab sedemikian rupa sehingga terciptanya suatu organisasi yang dapat digerakkan menjadi suatu kesatuan kerja sama untuk mencapai sebuah tujuan. Semakin kecil bentuk organisasi akan semakin kompleks tugas pokok yang digariskan begitu juga sebaliknya.

Pengorganisasian merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Struktur organisasi stasiun penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Bentuk organisasi stasiun penyiaran berbeda-beda satu dengan yang lainnya, bahkan pada wilayah yang sama stasiun penyiaran tidak memiliki struktur organisasi yang persis sama. Istilah yang digunakan untuk menunjukkan fungsi bagian masing-masing media penyiaran secara umum dapat dilihat pada organigram berikut (Morissan, 2008: 151) :

Gambar 2 1 Organigram Struktur Media Penyiaran Umum



Sumber : Morissan (2008: 156)

Berdasarkan definisi tentang organizing yang telah dijelaskan diatas, maka dapat disimpulkan pengorganisasian pada penelitian inti merupakan pengelompokan sumber daya manusia beserta alat-alat yang digunakan sesuai dengan kompetensi dan kebutuhannya masing-masing untuk mengelola program siaran *Indie Air* agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2.4 Penggerakan (actuating)

Penggerakan merupakan aspek hubungan manusiawi dalam kepemimpinan yang mengikat para bawahan untuk bersedia mengerti dan menyumbangkan tenaganya secara efektif serta efisien untuk mencapai tujuan. Adapun macam-macam penggerakan yang dapat dilakukan berupa (Feriyanto, 2015: 45):

1. Orientasi : merupakan cara pengarahan dengan memberikan informasi yang perlu supaya kegiatandapat dilakukan dengan baik.
2. Perintah : merupakan permintaan dari pimpinan kepada orang yang berada dibawahnya untuk melakukan atau mengulang suatu kegiatan tertentu pada keadaan tertentu.
3. Delegasi Wewenang : dalam pendelegasian wewenang, pimpinan melimpahkan sebagian dari wewenang yang dimilikinya kepada bawahan.

Menurut M. Jazuli (2014: 17) Penggerakan menyangkut tindakan-tindakan yang menyebabkan suatu organisasi bisa berjalan kearah sasaran. Terdapat beberapa prinsip dan tipe-tipe dalam penggerakan, yaitu :

Prinsip penggerakan

- a. Efisiensi yaitu pemanfaatan sumber daya dan fasilitas yang ada secara optimal guna mencapai hasil yang maksimal.
- b. Komunikasi yang yang lancar dan manusiawi perlu dipertahankan dalam hubungan yang sehat antarkelompok maupun antarpelaku organisasi.
- c. Kompensasi atau penghargaan baik berupa gratifikasi maupun uang

Tipe-tipe Penggerakan

- a. Motivasi atau semangat
- b. Bimbingan melalui tindakan keteladanan
- c. Pengarahan yang jelas dan konstruktif

Sedangkan menurut Morissan (2008: 343) penggerakan merupakan eksekusi program siaran yang mencakup kegiatan menayangkan program siaran, mengarahkan dan memberikan pengaruh atau mempengaruhi tertuju pada upaya untuk merangsang antusias karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan.

Kegiatan mengarahkan dan mempengaruhi mencakup beberapa kegiatan penting yaitu :

a. Motivasi

Keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuannya terkait sangat erat dengan tingkatan atau derajat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, semakin besar karyawan memberikan kontribusi terbaiknya untuk mencapai tujuan stasiun penyiaran bersangkutan. Kebutuhan dasar karyawan mencakup kompensasi yang memadai dan pemberian insentif, kondisi kerja yang aman dan sehat, rekan kerja yang ramah serta pengawasan yang kompeten dan adil. Ketika kebutuhan dasar karyawan sudah dipenuhi, maka manajer umum harus memberikan respon terhadap kebutuhan yang lebih tinggi seperti nama jabatan dan tanggung jawab, pujian dan pengakuan terhadap prestasi (Morissan, 162-163).

b. Komunikasi

Kunci sukses suatu manajemen stasiun penyiaran adalah komunikasi yang lancar antara berbagai bagian atau antara personel di dalam suatu bagian. Komunikasi yang baik menghasilkan aliran informasi yang lancar antara manajer dengan karyawannya. Komunikasi dari atas kebawah, komunikasi dari bawah ke atas dan komunikasi di antara individu pada level yang sama merupakan hal penting dalam mengkoordinasikan berbagai kegiatan departemen dalam mencapai rencana dan tujuan stasiun penyiaran (Morissan, 164).

c. Kepemimpinan

Kepemimpinan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mempengaruhi orang-orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran. Adanya kompetensi manajemen, sikap adil kepada karyawan, kesediaan untuk mendengarkan dan bertindak atas masukan dan keluhan yang dikemukakan bawahan, kejujuran dan integritas merupakan faktor penting (Morissan, 165).

d. Pelatihan

Dalam melaksanakan pelatihan, manajer umum harus memastikan bahwa pelatihan diberikan dan diawasi oleh personel yang kompeten. Salah satu keuntungan utama program pelatihan adalah pemberian kesempatan pada karyawan untuk mempersiapkan diri mereka dalam mengantisipasi perkembangan atau kemajuan stasiun penyiaran. Hal ini dapat meningkatkan motivasi dan moral karyawan dan stasiun penyiaran memperoleh keuntungan karena mendapatkan karyawan yang lebih cakap dan mahir (Morissan, 2008: 166).

Berdasarkan definisi *actuating* yang diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan pada penelitian ini *actuating* merupakan proses kegiatan pelaksanaan program siaran Indie Air agar semua kegiatan berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya.

2.5 Pengawasan (Controlling)

Pengawasan adalah kegiatan manajer atau pimpinan dalam mengupayakan agar pekerjaan sesuai dengan perencanaan yang ditetapkan dan tujuan yang ditentukan (M Jazuli, 2014: 17).

Menurut Siswanto (2013: 151), *controlling* dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk mengevaluasi apakah aktivitas-aktivitas organisasi telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, apabila belum dilaksanakan diagnosis faktor penyebabnya untuk selanjutnya diambil tindakan perbaikan

Sedangkan menurut Feriyanto (2015: 67) *controlling* atau pengawasan adalah keseluruhan daripada kegiatan yang membandingkan atau mengukur apa yang sedang atau sudah dilaksanakan dengan kriteria, norma-norma, standar atau rencana-rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Prinsip pengawasan yaitu memastikan pelaksanaan sesuai dengan rencana sehingga harus ada perencanaan tertentu, intruksi dan wewenang ke pada bawahan.

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh rencana dari tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Kegiatan evaluasi secara periodik terhadap masing-masing individu dan departemen memungkinkan manajer umum membandingkan kinerja sebenarnya dengan kinerja yang direncanakan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif. Dua konsepsi utama untuk mengukur prestasi kerja (*performance*) manajemen stasiun penyiaran, yaitu :

1) Efisiensi

Meminimumkan biaya penggunaan sumber-sumber daya untuk mencapai keluaran yang telah ditentukan.

2) Efektivitas

Memilih pekerjaan yang harus dilakukan atau metode cara yang tepat untuk mencapai tujuan (Morissan, 2008: 167)

Berdasarkan definisi *controlling* yang telah diuraikan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan pada penelitian ini *controlling* merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manajer (produser program) dalam proses pelaksanaan program siaran acara *Indie Air* demi kelancaran dan kesuksesan siaran program tersebut.

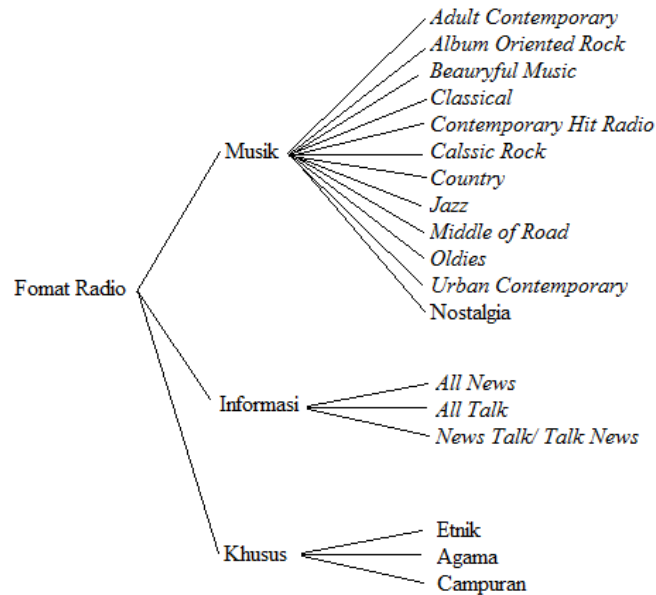
2.6 Program Siaran

Program siaran radio terdiri dari program regular atau harian (*daily program*) dan program khusus atau mingguan (*special program*). Program regular disiarkan setiap hari dengan penyiar tetap ataupun bergantian pada jam-jam tertentu. Sedangkan program khusus disiarkan seminggu sekali, umumnya dijadwalkan pada malam hari dan akhir pekan (Romli,2009: 74).

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Program adalah produk yang dibutuhkan orang sehingga mereka bersedia mengikutinya. (Morissan, 2008: 210).

Pringle Starr McCavitt (Morissan, 2008: 230) menjelaskan bahwa *the programing of most stations is dominatef by one principal content element or sound, known as format*. Yang berarti: program sebagian besar stasiun radio didominasi oleh satu elemen isi atau suara yang dikenal dengan format. Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa, dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima *audiens*. Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Menurut *Pringle Starr McCavitt*, seluruh format stasiun radio itu dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok besar yaitu format musik, format informasi dan format khusus.

Gambar 2 2 Pembagian Format Radio Menurut Pringle Starr McCavitt



Sumber : Morissan, 2008: 255

Menurut Morissan (2008: 235) Secara umum program radio terdiri atas dua jenis, yaitu musik dan informasi.

- Berita radio
Berita radio merupakan laporan atas suatu peristiwa atau pendapat penting atau menarik
- Perbincangan Radio
Perbincangan radio pada dasarnya adalah kombinasi antara seni berbicara dan seni wawancara. 3 bentuk program perbincangan yang banyak digunakan stasiun radio adalah :
 1. *One-on-one-show*, yaitu bentuk perbincangan saat penyiar dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studi yang sama.

2. *Panel discussion*, pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber
 3. *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar.
- *Infotainment Radio*

Infotainment merupakan singkatan dari *information* dan *entertainment* yang berarti suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur.

Dari segi materi siaran, program musik memiliki beberapa variasi (Romli, 2009:75) :

a) *Request*

Request adalah program siaran berupa pemutaran lagu-lagu pilihan atau permintaan pendengar

b) *Non Request*

Penyiar memutar lagu-lagu yang sudah disiapkan MD (*music director*) dan tidak menerima telepon/ sms permintaan lagu dari pendengar.

c) *Tangga Lagu*

Siaran khusus seminggu sekali berupa pemutaran 10 hingga 20 lagu yang paling banyak diminta atau disukai pendengar.

Berdasarkan dari definisi program siaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa program siaran merupakan sebuah produk yang sengaja dibuat oleh radio Zora untuk ditawarkan atau disajikan dan disiarkan demi memberikan hiburan dan memenuhi kebutuhan para pendengarnya. Dalam penelitian ini program siaran yang dimaksud adalah program siaran *Indie Air*.

2.7 Pendengar (*Audiens*) Penyiaran

Dewasa ini setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas dalam merebut audien. Strategi merebut audien adalah sama saja dengan strategi pemasaran. Menurut Morissan (2008:173) audien adalah pasar, dan program yang disajikan adalah produk yang ditawarkan. Strategi merebut pasar audien terdiri dari serangkaian langkah yang berkesinambungan yang menurut Kottler (Morissan, 2008: 174) terdiri atas tiga tahap yaitu, segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Segmentasi audien pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur audien. Sedangkan *targeting* atau target audien adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi dan menjangkau audien sasaran. Setelah audien sasaran dipilih, maka proses selanjutnya adalah melakukan *positioning* yaitu strategi untuk memasuki jendela otak konsumen.

Radio memiliki sifat lokal yaitu memiliki daya jangkauan yang terbatas. Oleh karena itu, dalam radius jangkauannya radio harus memiliki segmentasi yang jelas dan tajam siapa yang ingin dijangkaunnya. Segmentasi yang jelas akan menentukan format siaran yang meliputi pemilihan program dan gaya siaran yang sesuai dengan target audien yang dituju. Segmentasi pasar adalah suatu kegiatan untuk membagi-bagi atau mengklompokan audien ke dalam kotak-kotak yang lebih homogen. Segmentasi diperlukan agar stasiun penyiaran dapat melayani audiennya secara lebih baik (Morissan, 2008; 179).

A. Segmentasi Demografis

Segmentasi audien berdasarkan demografi pada dasarnya adalah segmentasi yang didasarkan pada peta kependudukan, misalnya: usia, jenis kelamin, besarnya anggota keluarga, pendidikan, pekerjaan, tingkat penghasilan, agama, suku dan sebagainya. Semua ini disebut dengan variabel-variabel demografi (Morissan, 2008: 181)

Berdasarkan dari definisi pendenger penyiaran (*audiens*) diatas, maka dapat disimpulkan pada penelitian ini *audiens* merupakan seseorang atau sekelompok masyarakat yang menjadi pendengar (konsumen) dan yang menjadi target pasar radio Zora

2.8 Keberhasilan Program Siaran

Morissan mengatakan (2008: 377) umpan balik (*feed back*) merupakan hal yang sangat penting bagi pengelola media penyiaran. Umpan balik akan menjadi petunjuk kepada pengelola stasiun penyiaran apakah suatu program itu berhasil atau tidak. Secara umum, umpan balik dalam media penyiaran diartikan sebagai seluruh informasi yang berasal dari audien.

Programmer harus menentukan hal apa yang akan digunakan sebagai senjata untuk menarik audien. Dengan kata lain apa jenis daya tarik yang akan digunakan. Menurut Morissan (2008: 364) semua program siaran yang sukses memiliki elemen-elemen yang mencakup sebagai berikut :

1. Durasi

Ditinjau dari durasi atau lamanya penayangan atau penyiaran suatu program, suatu program itu terdiri dari atas program yang dapat bertahan lama dan program yang tidak bertahan lama. Pengelola program sebaiknya merancang sesuatu produksi program yang mampu bertahan terus menerus, dengan kata lain program itu memiliki kemampuan untuk mempertahankan daya tariknya selama mungkin.

2. Kesukaan

Sebagian audien memilih program yang menampilkan pemain utama atau pembawa acara yang mereka sukai, yaitu orang-orang yang membuat audien mearasa nyaman.

3. *Timing*

Agar suatu program dapat berhasil maka program tersebut haruslah harmonis dengan waktu. Program yang terlalu ketinggalan zaman atau terlalu maju juga akan ditinggalkan audiennya.

4. *Trend*

Seorang *Programmer* dalam memilih program harus memiliki kesadaran terhadap adanya hal-hal yang tengah digandrungi ditengah masyarakat. Program yang sejalan dengan tren yang berkembang akan lebih menjamin keberhasilan, begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan uraian keberhasilan program siaran diatas, maka dapat disimpulkan dalam penelitian ini keberhasilan program siaran merupakan parameter dari keberhasilan program siaran *Indie Air*.

2.9 Musik Independen (*Indie*)

Musik independen sering disingkat menjadi musik *indie*, merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan kemerdekaan dari arus utama label rekaman komersial atau anak perusahaan mereka dan otonom, *Do It Yourself (DIY)* merupakan pendekatan perekaman dan penerbitan. Meskipun banyak seniman musik independen sering dikategorikan di bawah genre lain karena gaya itu tidak terdefiniskan. Etika *DIY* mengacu pada etika '*self-sufficiency*' (Naldo, 2012 : 35).

Sedangkan menurut Editor majalah *Rolling Stones* Indonesia Wenk Rawk/ Wendi Purtanto (Idhar, 2008: 26) menulis, "sebenarnya menurut saya, musik *indie* sebagai aliran atau *genre* musik itu tidak ada, karena yang disebut musik *indie* itu adalah untuk membedakan antara yang *mainstream* dengan *indie*. Jadi, *music indie* adalah istilah untuk membedakan antara yang dimainkan oleh musisi profesional dengan musisi amatir. Tapi yang pasti, *indie* adalah gerakan bermusik yang berbasis dari apa yang kita punya, *Do It Yourself (DIY)*; etika yang

kita punya mulai dari merekam, mendistribusikan dan mempromosikan dengan uang sendiri” (www.wenzrawkmansion.multiply.com).

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan musik *indie* dalam penelitian ini merupakan karya musik musisi lokal (Indonesia) yang masuk dalam klasifikasi untuk diputarkan di program acara *music Indie Air* radio Zora. Hal tersebut terlepas dari jenis musiknya (*genre music*).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metodologi adalah ilmu tentang kerangka kerja untuk melaksanakan penelitian yang sistematis; sekumpulan peraturan, kegiatan dan prosedur yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu; studi atau analisis teoritis mengenai suatu cara/metode atau cabang ilmu logika yang berkaitan dengan prinsip umum pembentukan pengetahuan. Sedangkan metode dapat diartikan sebagai suatu proses atau prosedur yang sistematis berdasarkan prinsip dan teknik ilmiah yang dipakai oleh disiplin ilmu untuk mencapai suatu tujuan (Noor, 2011: 22).

Sesuai dengan permasalahan yang dikaji, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Alasan peneliti menggunakan metode kualitatif bermaksud untuk memahami situasi sosial secara mendalam, menemukan pola, asumsi dan juga teori dalam manajemen program siaran acara musik *Indie Air* di radio Zora. Hasil penelitian umumnya berupa kata-kata, dokumen atau gambar yang bukan menunjukkan kuantitas. Menurut Creswell pada Noor (2011: 33) penelitian kualitatif sebagai gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan terperinci dari pandangan responden dan melakukan studi pada situasi yang alami. Penelitian kualitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Selain itu peneliti ingin menggambarkan fenomena sosial mengenai manajemen program siaran acara *Indie Air* didalam ruang lingkup radio zora, untuk itu penelitian ini bersifat induktif.

Induktif didefinisikan sebagai proses pengambilan kesimpulan yang didasarkan pada satu atau dua fakta atau bukti. Proses pembentukan hipotesis dan pengambilan kesimpulan berdasarkan data yang diobservasi dan dikumpulkan terlebih dahulu disebut proses induksi (Noor, 2011: 17)

3.2 Lokasi dan Sasaran Penelitian

Lokasi penelitian adalah stasiun radio Zora 90.1 FM di Jalan Sumur Bandung No. 12, Bandung, Jawa Barat. Sedangkan sasaran penelitian adalah manajemen program acara musik *Indie Air* di radio Zora yang meliputi, perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan hingga evaluasi acara.

3.3 Intrumen Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi intrumen penelitian adalah peneliti sendiri. Peneliti akan melakukan pengamatan ke radio Zora dan melakukan pengumpulan data yang diperoleh dari sumber yang telah ditentukan oleh peneliti. Sugiyono (2011: 305) mengatakan dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai *human instrument*, berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informan sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya.

3.4 Sumber Data

Dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan *social situation* atau situasi sosial yang terdiri dari tiga elemen yaitu: tempat (*place*), pelaku (*actors*) dan aktivitas (*activities*) yang berinteraksi secara sinergis Sugiyono, 2011: 297). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah program manajer program radio Zora, *Music Director* radio Zora dan Produser Program *Indie Air*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian (Noor, 2011: 138). Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada

pengumpul data (Sugiyono, 2011: 308). Dalam penelitian ini program manajer, produser program dan *music director* radio Zora merupakan sumber primer, sedangkan sumber-sumber sekunder diperoleh dari teori-teori pendukung atau pendapat para ahli terdahulu yang relevan dengan kajian penelitian.

A. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati untuk mendapatkan beberapa informasi yang diperoleh dari hasil pengamatan antara lain: ruang (tempat), waktu, peristiwa, kejadian, pelaku, perbuatan, kejadian (noor, 2011: 140). Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian dalam kegiatan manajerial yang radio Zora lakukan, menjawab pertanyaan, dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek manajemen program acara musik *Indie Air* yang radio Zora lakukan. Peneliti akan mengamati secara langsung bagaimana proses pelaksanaan program acara *Indie Air* di radio Zora. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Observasi tidak berstruktur. Observasi tidak berstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan *guide* observasi. Pada observasi ini peneliti akan mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek. (Noor, 2011: 140)

B. Wawancara

Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab bertatap muka antara pewawancara dengan informan (Noor, 2011: 138). Peneliti akan mewawancarai pihak radio Zora, yaitu pengelola program acara musik *Indie Air* di radio Zora mulai dari *music director* radio Zora, produser program acara *Indie Air* dan program manajer radio Zora. Dalam wawancara ini penulis menggunakan teknik wawancara yang terstruktur. Dalam wawancara terstruktur, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya pun telah disiapkan (Sugiyono, 2011: 318). Peneliti akan memberikan pertanyaan kepada informan mengenai manajemen yang radio Zora lakukan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pergerakan hingga evaluasi acara. Peneliti akan

melampirkan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan ke pihak radio zora dalam wawancara saat pengumpulan data.

C. Dokumen

Dokumen merupakan sejumlah fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk surat, catatan harian dan laporan (Noor, 2011: 141). Dalam hal ini penulis akan mengumpulkan data mengenai manajemen yang radio Zora lakukan seperti *rundown* acara, bagan organisasi, naskah siaran, daftar lagu dan daftar bintang tamu.

D. Dokumentasi

Sebagian besar data-data dokumentasi berbentuk foto, video, klipping, memorial dan data yang tersimpan di web site (Noor, 2011: 141). Dalam hal ini penulis mengumpulkan data dokumentasi dari hasil observasi lapangan dalam bentuk foto-foto kegiatan pelaksanaan program siaran acara *Indie Air*.

3.6 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2011:333), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah asumsi, bila ternyata asumsi tersebut dapat diterima berdasarkan data yang terkumpul, maka asumsi tersebut berkembang menjadi teori.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara interaktif melalui proses data *reduction*, data *display* dan *verification*. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara rinci dan teliti. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas (Sugiyono, 2011:336). Hal pertama yang peneliti lakukan dalam menganalisis data yang telah diperoleh selama pengumpulan data yaitu mereduksi data. Peneliti akan memilih data pokok dan penting yang relevan dengan fokus penelitian. Kemudian peneliti akan mengkaji kembali apakah data tersebut sudah mencukupi.

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya yang dilakukan peneliti adalah men-*display* data secara naratif deskriptif. Data yang diperoleh akan disajikan kedalam bentuk uraian, bagan atau tabel sehingga akan lebih mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian teks yang berifat naratif, bagan hubungan antar kategori, grafik dan *chart* (Sugioyono, 2011: 339)

Langkah ketiga dalam analisis data pada penelitian ini adalah *conclusion drawing* atau *verification*. Peneliti akan menarik sebuah kesimpulan atas penelitian tentang manajemen program siaran acara musik *Indie Air* di radio Zora. Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2011: 343) adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian merupakan sebuah temuan yang dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, asumsi atau teori. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian ini diharapkan oleh peneliti dapat menjawab rumusan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.

BAB IV

DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Data

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Radio Karang Tumaritis didirikan berdasarkan Akta Notaris Masri Husen, SH. di Bandung pada tanggal 28 Juli 1999 nomor : 29, kemudian diubah oleh Notaris yang sama pada tanggal 09 Desember 1999 nomor : 9 (Radio Zora 90.1 FM), diundangkan pada Berita Negara Republik Indonesia tanggal 21 Januari 2001 nomor : 4, kemudian diubah oleh Notaris Kirana Ivyminerja Wilamarta, SH. Akta nomor : 1 s/d 5 tanggal 02 Februari 2005 dan Akta nomor : 8 s/d 10 tanggal 3 Februari 2005, diundangkan pada Berita Negara Republik Indonesia tanggal 23 Mei 2005 nomor : 41. Kemudian dengan Akta Notaris MASRI HUSEN,SH Nomor: 29 tanggal 28 Juli 1999, dan telah mengalami beberapa perubahan hingga terakhir perubahan terakhir Akta Notaris Tedy Triadi,SH No. 3 tanggal 29 Januari 2013 dan telah mendapat pengesahan Menteri Hukum dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia pada tanggal 20 Agustus 2013 nomor: AHU-43475.AH.01.02 tahun 2013.

Sebelumnya pada tahun 1996 Yayasan Pendidikan Telkom telah mempunyai dan memiliki Radio Siaran Swasta Nasional yaitu Radio K-Lite dimana segmentasinya yaitu untuk pendengar kalangan menengah keatas. Yayasan Pendidikan Telkom bekerjasama dengan Koperasi KOSUMBA membeli Saham PT. Radio Karang Tumaritis (Radio Zora 90.1 FM) dengan komposisi kepemilikan Saham Yayasan Pendidikan Telkom sebesar 99 % (sembilan puluh sembilan persen) dan KOSUMBA sebesar 1 % (satu persen).

Pada tanggal 01 Juli 2005 PT. Radio Karang Tumaritis (Radio Zora 90.1 FM) yang beralamat dan berkantor di Jl. Sumur Bandung No. 12 Bandung mulai *On Air*/mengudara. Sesuai dengan Anggaran Dasar PT. Radio Karang Tumaritis (Zora Radio) mempunyai maksud dan tujuan usaha yaitu berusaha dalam bidang

jasa Radio Siaran Swasta Nasional. Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut, PT. Radio Karang Tumaritis (Zora Radio) dapat melaksanakan kegiatan usaha dalam bentuk siaran radio pada bidang pendidikan dan pengajaran, penerangan yang meliputi masalah-masalah kebudayaan, kesenian, ekonomi, pembangunan, agama, ilmu pengetahuan populer dan bidang hiburan.

A. Profil perusahaan

<i>Company Name</i>	: PT. Radio Karang Tumaritis
<i>Station Name</i>	: Zora Radio
<i>Call Station</i>	: 90.1FM Zora Radio
<i>Frequency</i>	: 90.1FM
<i>Tagline Station</i>	: <i>Enjoy The Beat</i>
<i>Call Sign</i>	: PM 3 FHC
<i>Office</i>	: Jl. Sumur Bandung 12, Bandung 40132
<i>Phone & Fax</i>	: (022) 2532052
<i>Email</i>	: marketing@zoraradio.com
<i>Website / Streaming</i>	: www.zoraradio.com
<i>Segment</i>	: Young People
<i>Format</i>	: <i>Variety & Interactive Show, Life Style, Information, Education, Entertainment</i>
<i>Music Format</i>	: <i>International 45%, Indonesia 45%, Asian 10%</i>
<i>Distance Range</i>	: a. <i>North area</i> : Lembang-Subang b. <i>South area</i> : Soreang c. <i>East area</i> : Cileunyi-Garut d. <i>West area</i> : Cianjur-Puncak e. <i>Central area</i> : Bandung



Sumber : Radio Zora, 2016

Gambar 4 1 Logo Radio Zora 90.1 FM Bandung

B. Visi dan Misi Perusahaan

PT. Radio Karang Tumaritis (Zora Radio) juga berusaha untuk tampil sebagai perusahaan yang profesional, untuk itu PT. Radio Karang Tumaritis (Zora Radio) merumuskan visi dan misi sebagai berikut :

1. Visi Perusahaan

Menjadi radio terbaik dengan mengedepankan semangat muda berbasis edukasi dan komunitas, yang mampu memberikan nilai tambah kepada seluruh pendengarnya

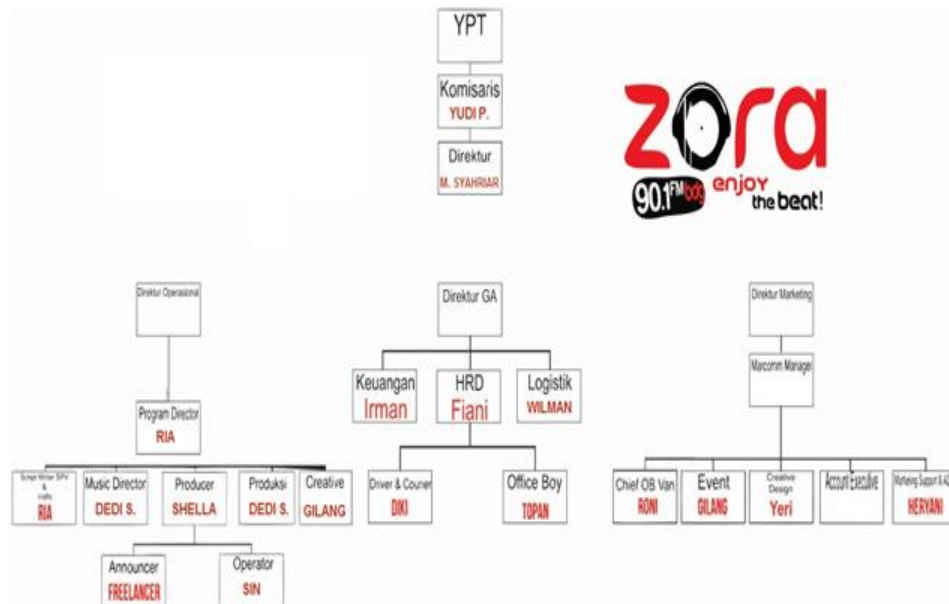
2. Misi Perusahaan

- a. Menjadi radio pilihan utama di segmen muda dengan menghadirkan sajian hiburan yang variatif.
- b. Menyediakan informasi yang memberikan manfaat edukatif bagi masyarakat melalui program siaran yang bersinergi dengan nilai edukasi
- c. Menjadi radio terdepan yang bersinergi dengan komunitas untuk menjadi saran aktualisasi dan wahana berbagai nilai-nilai positif bagi seluruh masyarakat.

C. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur dalam suatu organisasi merupakan sebuah kerangka yang menegaskan tentang tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari setiap bagian yang terdapat dalam organisasi tersebut. Struktur organisasi merupakan suatu hal yang sangat penting karena dengan adanya kejelasan tugas, wewenang, dan tanggung jawab akan membuat karyawan dapat bekerja dengan maksimal. Dengan begitu, maka tujuan dari perusahaan dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Selain itu, dengan adanya struktur organisasi akan membantu kelancaran komunikasi yang terjadi antara pemilik dengan para karyawannya. Struktur yang dimiliki setiap perusahaan pasti berbeda-beda, tergantung situasi dan kondisi yang dimiliki oleh setiap perusahaan tersebut.

GAMBAR 4 2 STRUKTUR ORGANISASI ZORA RADIO



Sumber : Radio Zora, 2016

D. Deskripsi Jabatan

Job Description atau uraian jabatan merupakan pernyataan tertulis mengenai tugas dan wewenang dari setiap unit yang ada pada perusahaan sesuai dengan tingkatan yang dalam struktur organisasi.

Dibawah ini akan diuraikan *job description* dari struktur pada PT.Karang Tumaritis Radio Zora 90.1 FM Bandung

A. Komisaris mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Komisaris berkewajiban mengawasi kebijakan Direksi dalam menjalankan Perseroan serta memberikan nasihat kepada Direksi
2. Komisaris wajib dengan itikad baik dan penuh tanggung jawab menjalankan tugas untuk kepentingan dan usaha Perseroan

3. Komisaris wajib melapor kepada Perseroan tentang kepemilikan sahamnya beserta keluarganya.

B. Direktur mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Menentukan kebijakan tertinggi perusahaan.
2. Bertanggung jawab terhadap keuntungan dan kerugian perusahaan
Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.
3. Memelihara dan mengawasi kekayaan peseroan terbatas.
4. Bertanggung jawab dalam memimpin dan membina perusahaan secara efektif dan efisien.
5. Mewakili perusahaan, mengadakan perjanjian-perjanjian, merencanakan dan mengawasi pelaksanaan tugas personalia yang bekerja pada perusahaan.
6. Menyusun dan melaksanakan kebijakan umum pabrik sesuai dengan kebijakan RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham).

C. Keuangan mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Menyusun Anggaran.
2. Menyusun *Cash Flow*.
3. Merealisasikan Anggaran.
4. Membuat Laporan Keuangan.
5. Melaksanakan *Payroll*.
6. Membuat Laporan Pajak.
7. Melaksanakan Penagihan.
8. Membuat dan Menyusun SOP (*Standard Operation Procedure*)
9. Membangun & menyusun sistem keuangan.
10. Menginput data atas semua transaksi keuangan ke dalam system
11. Membuat laporan atas transaksi keuangan secara sistem
12. Menyusun dan membuat Neraca dan Laporan laba rugi

D. HRD mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Merupakan staf inti manajemen yang fungsi utamanya adalah memimpin, mengelola, mengendalikan, dalam perencanaan dan pengelolaan staf dibawahnya (SDM, sarana dan prasarana) perusahaan guna mendukung kelancaran dari seluruh kegiatan perusahaan
2. Menterjemahkan segala strategi dasar dan arah pengembangan bidang bidang sumber-daya yang ditetapkan perusahaan, kedalam bentuk rencana, program, dan pola kerja, yang mengarah kepada pencapaian tujuan peningkatan pendapatan dan target keuntungan yang rasional serta produktifitas layanan administrasi keuangan yang unggul

E. Logistik mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Menyediakan sumber daya fisik sesuai kebutuhan
2. Mengendalikan pengiriman dan penyimpanan material dan alat
3. Tersedianya pemasok dan subkontraktor yang andal
4. Terkendalinya pasokan sumber daya fisik

F. Program *Director* mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Bertanggung jawab di Departemen Program dengan melakukan fungsi kepemimpinan, pengarahan, pengelolaan, pengembangan, pengawasan dan evaluasi terhadap kinerja penyiaran dengan memperhatikan efektifitas dan efisiensi operasional di departemennya, agar sesuai dengan misi dan visi stasiun radio yang telah ditetapkan.
2. Merumuskan perencanaan dan menetapkan strategi *programming* siaran sesuai dengan format stasiun yang telah ditetapkan oleh radio tersebut, baik program *on air* maupun program *off air*. Dimana program siaran yang dibuat disesuaikan dengan kebutuhan pendengar dan kebutuhan pengiklan, sehingga selain mencapai sasaran untuk mendapatkan jumlah pendengar yang banyak, sekaligus untuk mendapatkan pendapatan dari pengiklan.

3. Menyusun dan menerapkan S.O.P. (Standart Operation Procedure), mekanisme kerja, tata tertib, dan sebagainya yang menunjang kelancaran dan efektifitas operasional siaran.

G. *Traffic* mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Unsur Pelaksana di *Marketing*, yang fungsi dan tujuan utamanya membantu segala kelancaran lalu lintas iklan dan administrasi dan segala kebutuhan dalam pelaksanaan program pemasaran (*marketing*).
2. Bertanggung jawab langsung kepada *Marketing Manager*.

H. *Music director* mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Bertugas menyusun *playlist* serta mencari lagu-lagu yang nantinya akan dibutuhkan pada waktu *on-air* dan menjalin hubungan dengan perusahaan label rekaman.
2. Bertanggungjawab langsung kepada *On Air Manager*.

I. *Producer* mempunyai tugas sebagai berikut :

Bertanggung jawab terhadap kelancaran program siaran yang dibawakan oleh penyiar.

J. Produksi mempunyai tugas sebagai berikut :

Mendesign atau membuat *tune* , *bumper* , promo komersil dan non komersil untuk radio zora 90,1 FM.

K. *Creative & Event* mempunyai tugas sebagai berikut:

Ide-ide untuk beriklan yang nantinya akan ditawarkan kepada calon klien serta melakukan penjualan program promosi yang menari bertanggung jawab terhadap pemasang spot iklan dan pengaturan jadwal pemutaran iklan.

L. *Announcer* mempunyai tugas sebagai berikut:

Untuk menghibur para pendengarnya. secara umum juga *job* dari seorang *Announcer* adalah :

1. Menyampaikan pesan (komersial atau non komersial)
2. Memutar lagu
3. Memutar iklan
4. Menjadi pengisi suara (*talent*) sesuai dengan kebutuhan stasiun radio

M. Operator mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Membantu *Air Talent* melaksanakan tugas dengan baik.
2. Membuat pencatatan data pemenang kuis, data pendengar dll.

N. *Driver & courier* mempunyai tugas sebagai berikut :

1. Mengantar karyawan radio zora untuk mengemudi dengan aman ke tujuan mereka
2. Memberi kelancaran dan kemudahan bagi staf atau karyawan yang sedang melaksanakan tugas di luar studio.
3. Merawat mobil perusahaan seperti , mencuci mobil, memeriksa mesin kendaraan untuk layak dipakai dll.

O. *Office boy* mempunyai tugas sebagai berikut :

Bertugas memelihara semua peralatan dan perlengkapan kantor, membersihkan seluruh ruangan kantor dan melayani staf pada setiap jam kerja.

P. *Chief OB Van* mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Men-*design* program promosi menggunakan mobil OB-Van.
2. Bertindak sebagai media promosi perusahaan, serta menjalankan fungsi *Agent of Radio Zora 90.1 FM Bandung*.

Q. *Creatif design* mempunyai tugas sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan sistim produksi yang berorientasi pada peningkatan pelayanan produk jasa layanan komunikasi bisnis.
2. Meningkatkan produktifitas rancangan (konsep) produk jasa layanan komunikasi bisnis dari bahan-bahan, yang berasal dari *internal* perusahaan maupun klien.
3. Mengimplementasikan sistim pengawasan aspek kreatif terhadap pelaksanaan produk jasa layanan komunikasi bisnis.

R. *Marketing Support & Adm* mempunyai tugas sebagai berikut:

Bertanggung jawab terhadap penjualan promosi kepada klien, serta mengejar target pendapatan yang ditetapkan oleh perusahaan

E. Aspek Kegiatan Perusahaan

Kegiatan usaha yang dilakukan oleh PT Karang Tumaritis Radio Zora 90.1 FM Bandung secara umumnya merumuskan kebijakan operasional bidang perusahaan yaitu bidang yang bergerak di bidang radio dari aspek audio, program acara hiburan yang juga informasi disampaikan penyiar Radio Zora 90,1 FM Bandung.

Radio Zora 90,1 FM Bandung hadir dengan format siaran :

1. Musik
2. Info tips seperti kecantikan, kuliner, *healthy*, bisnis, asmara dll.
3. *Talk show* komunikasi, *news*, *topic of the day*, keuangan, *healthy* Keluarga, religi & *quiz musik box*
4. *Current Issue* : Politik, Ekonomi, Sosial, Hukum, Budaya
5. *Program song only conten: play song easy listen*, Kesehatan, *Fashion*, Kuliner, Wisata, Teknologi Informasi, Gosip (Inspirasi), Iptek, Sejarah, *Shopping*, Cerita lucu inspirasi keluarag
6. *Spesial Program* (musik dan hiburan)

7. *Song Request* Profesional Mudaran maupun informasi, dan penyiaran.
8. *Event Organizer Zora Intertainment* menjadi bagian dalam setiap pelaksanaan kegiatan *off air* Radio Zora FM, yang siap mengemas sebuah kegiatan mulai dari konsep, produksi, sampai dengan eksekusi di lapangan, diperkuat dengan armada OB Van lengkap dengan perangkat siar, *genset*, dan *sound system* berkekuatan 1.000 wat yang bisa digunakan untuk kegiatan siaran diluar studio maupun kegiatan lain yang sifatnya massal.
9. *Event* bersifat massal : Jalan santai, *Fun Bike*, Senam *Aerobic*, Konser musik, Pagelaran Kesenian Tradisional dll
10. *Corporate/Communitas Event: Out Bount*, Seminar, *Gathering*, *Workshop*, *Tourin /City touring*, Pameran/ Bazaar dll.
11. *Lounching : Product, Album, Outlet* dll. 4. *Weekly Event : Mall to mall, Campus to campus, School to school, Car Free Day* dll

4.1.2 Program Acara *Indie Air*

Indie Air merupakan salah satu program spesial milik radio Zora Bandung. Program acara ini adalah sebuah program acara musik yang disiarkan secara langsung (*on air*) di radio Zora, Bandung pada hari kamis pukul 19.00-21.00 WIB. Pada program acara *Indie Air* yang berlangsung selama 2 jam, didalamnya memuat konten-konten musik, khususnya musik *indie* lokal Indonesia. Berbeda dengan program acara musik di radio lain, program acara *Indie Air* memiliki format radio berbasis edukasi *entertainment* yang didalamnya tidak hanya menyuguhkan hiburan berbentuk musik, tetapi juga memberikan informasi seputar musik yang memberikan manfaat edukatif bagi para pendengarnya yang bersinergi dengan nilai edukasi. Program acara *Indie Air* secara berkala mengundang beberapa tamu secara perorangan ataupun organisasi (band atau perusahaan) seperti *studio recording*, *audio engineering* untuk memberikan informasi edukasi musik kepada para pendengarnya. Program acara *Indie Air* memiliki segmentasi *audiens* kalangan anak muda dari umur 15-25 tahun.

4.1.3 Manajemen Program Siaran Acara Musik *Indie Air*

Mengelola sebuah program siaran musik dibutuhkan sebuah strategi agar program tersebut sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh radio Zora sebelumnya. Dalam mengelola program acara musik *Indie Air*, radio Zora telah melakukan langkah-langkah yang jika ditinjau dari aspek manajemen terdiri dari:

1. Perencanaan (*Planning*) Program Siaran *Indie Air*
2. Pengorganisasian (*Organizing*)
3. Eksekusi (*Actuating*) Program Siaran *Indie Air*
4. Pengawasan dan Evaluasi (*Controlling*) Program Siaran *Indie Air*

A. Perencanaan Program Siaran *Indie Air* (*Planning*)

Sebelum radio Zora membuat sebuah program acara musik, divisi program *manager* radio Zora terlebih dahulu melakukan sebuah riset terhadap selera musik yang sedang diminati oleh masyarakat khususnya kalangan anak muda di kota Bandung. Adapun riset atau analisis yang dilakukan radio Zora adalah :

1. Analisis Peluang

Program manager radio Zora memberikan tugas kepada divisi yang berada dibawahnya untuk melakukan analisis terhadap musik apa yang sedang berkembang dan diminati oleh kalangan anak muda kota Bandung. Berdasarkan hasil analisis dari divisi program diketahui bahwa musik yang diproduksi secara *indie* merupakan salah satu musik yang berkembang dan banyak diminati kalangan anak muda kota Bandung. Banyak band-band *indie* dan komunitas musik *indie* baru bermunculan di kota Bandung. Berdasarkan hal tersebut radio Zora melihat sebuah peluang pasar untuk membuat sebuah program acara musik yang khusus memutar musik-musik yang diproduksi secara *indie*.

2. Analisis Kompetitif

Setelah melakukan analisis peluang, selanjutnya radio Zora melakukan analisis kompetitif. Analisis kompetitif yang dimaksud merupakan analisis terhadap persaingan stasiun radio lain dan program siaran lain yang sudah memuat konten musik *indie* sebelumnya. Program siaran acara musik di radio-radio lain khususnya di wilayah Bandung lebih banyak memuat konten yang hanya bersifat hiburan semata. Melihat hal tersebut radio Zora ingin menyajikan konten musik *indie* yang berbeda dan lebih dapat menarik pendengar. Selain memutar musik-musik *indie*, program acara *Indie Air* juga menyajikan informasi edukatif musik lainnya seperti contohnya memberikan informasi mengenai rekaman, sound dan juga *event-event* musik.

Setelah melakukan analisis mengenai musik yang diminati dikalangan anak muda kota Bandung dan menganalisis program pesaing, munculah sebuah gagasan untuk membentuk program siaran acara musik yang didalamnya mengandung konten musik *indie* dan juga edukasi. Dikarenakan konten yang akan disajikan mencakup informasi mengenai musik *indie*, radio Zora memilih nama program yang dapat menyampaikan identitas atau atribut dan makna dari program itu sendiri untuk dapat membantu memosisikan program dan radio zora di memori otak para pendengarnya dan program tersebut diberi nama *Zora Indie Air*.

Selanjutnya radio Zora mengembangkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya dengan membuat sebuah perencanaan. Adapun hal-hal yang dilakukan dalam perencanaan mencakup tentang penetapan tujuan, segmentasi *audience*, pemilihan tema topik pembahasan atau isi konten, penetapan jadwal siaran dan promosi program *Indie Air*.

1) Penetapan Tujuan

Hal yang pertama dilakukan oleh radio Zora dalam membuat sebuah program musik, yaitu menetapkan tujuan program tersebut. Tujuan program tersebut harus sejalan dengan visi dan misi radio Zora yang telah ditetapkan sebelumnya. Tujuan dibentuknya program acara *Indie Air* yaitu untuk mewadahi dan memberi edukasi tentang musik bagi para musisi dan penikmat lagu *indie* dikota Bandung. Hal tersebut dilakukan untuk memperoleh *Prestige* atau meningkatkan citra radio Zora didepan para pendengarnya. Tidak hanya itu, radio Zora memiliki tujuan khusus dari dibentuknya program acara *Indie Air* yaitu *Brand Awareness*.

Gordo (wawancara: 24 Mei 2016) sebagai Produser program acara *Indie Air* mengatakan pencapaian rating bukanlah menjadi tujuan utama dalam program acara *Indie Air*, radio Zora ingin menjadi *top of mind* atau membentuk dominasi dibenak para pendengarnya, dan program acara *Indie Air* merupakan salah satu produk untuk mencapai tujuan tersebut. Adapun strategi yang dilakukan program acara *Indie Air* dalam upaya pembentukan dominasi dibenak para pendengar yaitu dengan memilih nama program yang mudah diingat, membuat slogan (*tagline*) dan logo untuk membantu para pendengar untuk mengingat.

2) Segmentasi Audience

Tahap selanjutnya adalah menentukan segmentasi audien yang akan dituju program acara *Indie Air*. Setelah melakukan analisis sebelumnya, menurut tidak seluruh masyarakat kota bandung dapat menikmati atau menyukai musik-musik *indie*, hanya sebagian besar kalangan yang menyukai musik *indie* salah satunya adalah kalangan anak muda. Berdasarkan hal tersebut program acara *Indie Air* memfokuskan segmentasi pendengar dikalangan anak muda pada usia 15-25 tahun. Hal tersebut sejalan dengan format siaran radio Zora yang memilih segmen anak muda. Walaupun demikian Asti sebagai program *manager* menyatakan tidak menutup kemungkinan masyarakat yang berusia diluar 15-25 tahun dapat mendengarkan program acara *Indie Air*.

3) Pemilihan Tema dan Topik Pembahasan

Berdasarkan segmentasi audien program acara *Indie Air* yang memilih segmen kalangan anak muda, maka pemilihan tema atau topik pembahasan dalam program *Indie Air* mengarah pada *trend* atau fenomena yang sedang berkembang (*happening*) dikalangan anak muda kota Bandung. Topik yang diangkat dalam pembahasan dan perbincangan didalam program acara *Indie Air* menyangkut informasi tentang musik *indie*, musisi-musisi *indie*, komunitas *indie*, acara atau *event* musik *indie* dan informasi edukasi *coaching clinic* seperti *press realese*, *recording* dan *sound*.

Dalam *coaching clinic* program acara *Indie Air* mengundang tokoh (seseorang atau organisasi) yang kompeten dibidangnya sesuai dengan tema yang akan diangkat pada program acara *Indie Air*. Dalam topik pembahasan, program acara *Indie Air* juga mengangkat tentang musik dari musisi *indie* yang diundang sebagai *guest* pada program *Indie Air* dan juga mengangkat tentang biografi sosok *guest* tersebut secara personal dihadapan para pendengarnya. Hal tersebut merupakan salah bentuk dukungan radio Zora terhadap musik dan musisi *indie* kota bandung untuk dapat dikenal ke khalayak ramai.

4) Penetapan Jadwal Siaran

Jadwal siaran program acara *Indie Air* ditetapkan pada hari kamis malam pukul 19.00 s/d pukul 21.00 yang berlangsung selama 2 jam. Waktu tersebut merupakan waktu *prime time*. Waktu *prime time* merupakan waktu dimana kebanyakan orang menikmati hiburan setelah lelah dengan aktivitas kesehariannya. Selain itu pendengar pada segmen ini sangat beragam, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua. Seperti yang telah dijelaskan diatas, tidak menutup kemungkinan program acara *Indie Air* dinikmati oleh kalangan yang berada diluar usia 15-25 tahun.

Ditetapkannya jadwal siaran *Indie Air* pada hari Kamis malam memiliki maksud tertentu. Jadwal siaran acara *Indie Air* ditetapkan pada hari Kamis yang berada ditengah-tengah *weekdays* bertujuan untuk memberikan hiburan kepada pendengar yang suntuk oleh kegiatan-kegiatannya. Pada hari Senin sampai dengan Jumat merupakan hari dimana orang-orang menjalani kesibukan yang penuh dengan kegiatan, dan program *Indie Air* hadir memberikan hiburan dengan musik Indie yang *fresh*. Gordo selaku produser program acara *Indie Air* menyatakan bahwa di radio Zora program spesial tidak hanya ada pada waktu *weekend*, Gordo mengatakan setiap hari radio Zora menyuguhkan program-program spesial yang layak dinikmati seperti halnya di hari *weekend*.

5) Promosi Program

Untuk dapat menarik minat para pendengar, mempertahankan pendengar yang telah didapat ataupun menarik audien baru (memperkenalkan program acara *Indie Air*), radio Zora melakukan kegiatan promosi. Tujuan promosi tersebut tidak hanya menargetkan pada pendengar semata, kegiatan promosi tersebut juga untuk menarik minat para pemasang iklan. Dengan memperoleh banyak pendengar maka semakin besar kemungkinan para pemasang iklan akan tertarik mengiklankan produknya tersebut dalam program acara *Indie Air*. Divisi yang memiliki tanggung jawab dalam kegiatan promosi adalah divisi *marketing*, *traffic*, dan produksi.

Adapun kegiatan promosi yang dilakukan radio Zora dalam memasarkan program acara *Indie Air* antara lain :

a. Promosi di radio Zora

Dalam melakukan promosi di radio sendiri, radio Zora mengiklankan program acara *Indie Air* setiap hari pada setiap jeda iklan. Iklan tersebut menunjukkan identitas program acara *Indie Air* dalam bentuk slogan, jingle, dan juga cuplikan siaran sebelumnya atau topik pembahasan yang akan datang. Hal tersebut dilakukan untuk mengingatkan audien dan berusaha mempertahankan audien untuk terus mengikuti program acara *Indie Air*.

b. Promosi melalui internet dan jejaring sosial

Melalui internet dan jejaring sosial program acara *Indie Air* dapat melakukan promosi secara interaktif dengan para pendengarnya. Pendengar dapat menikmati sajian program acara *Indie Air* secara *online*. Dengan adanya media sosial, para pendengar pun dapat langsung berinteraksi dengan penyiar untuk merequest lagu atau memberikan komentar. Dengan menggunakan media sosial program acara *Indie Air* dapat melakukan promosi dalam bentuk visual seperti logo dan video. Selain itu radio Zora juga bekerja sama dengan beberapa *website* dalam melakukan promosi, salah satunya adalah www.bandungmagazine.com.

c. Promosi melalui *Event* musik dan kontes berhadiah

Salah satu kegiatan promosi yang radio Zora lakukan adalah dengan menyelenggarakan sebuah *event* musik dan kontes berhadiah. Kegiatan tersebut diselenggarakan sebagai wadah untuk menyalurkan dan mempublikasikan karya musik *indie* lokal. Kegiatan yang diselenggarakan tersebut biasanya melibatkan pengelola media penyiaran lain dan juga pemasang iklan atau sponsor. Dengan demikian radio Zora dapat membangun citra baik terhadap masyarakat (audien) dan juga pihak lain yang bersangkutan seperti media penyiaran, media massa dan pemasang iklan. Pada setiap kegiatan yang akan diselenggarakan, sebelumnya radio Zora juga melakukan promosi melalui *billboard* yang diletakkan ditempat-tempat yang strategis. *Billboard* tersebut memberikan informasi mengenai kegiatan yang akan diselenggarakan dan juga mengenai identitas radio Zora dan program acara *Indie Air*.

B. Pengorganisasian Program Siaran *Indie Air* (*Organizing*)

1) Divisi Program Acara *Indie Air*

Program siaran *Indie Air* dikelola oleh sebuah tim (*team work*) dan dibawah tanggung jawab *program manager*. *Program manager* radio Zora membentuk sebuah divisi dibawahnya untuk mengelola program *Indie Air*. Adapun divisi yang terlibat dalam penyiaran program acara musik *Indie Air* dapat dilihat pada table dibawah ini

Tabel 4 1 Struktur Divisi Program Acara Musik *Indie Air*

No	Jabatan	Nama
1	<i>Program Director</i>	Ria dan Asti
2	Produser Program	Gordo
3	<i>Music Director</i>	Dedi
4	Operator	Sin
5	<i>Announcer</i>	Dimassawi dan Luo Endo

Sumber : Radio Zora, 2016

C. Eksekusi Program Siaran *Indie Air*

Sebelum pelaksanaan siaran acara musik *Indie Air* dilakukan, diadakan pertemuan (*meeting*) yang dihadiri oleh *Program manager*, *producer* program, dan musik *director*. Pada *meeting* tersebut mereka membahas tentang perencanaan siaran acara *Indie Air*. *Program Manager* memberi tugas kepada musik *director* dan produser program untuk mengelola proses perencanaan dan pelaksanaan acara *Indie Air*.

Proses selanjutnya merupakan pemilihan tema acara dan pemilihan artis tamu yang akan diangkat menjadi tajuk dalam siaran acara musik *Indie Air*. Dalam hal ini yang memiliki wewenang untuk menentukan tema dan *guest* yang layak untuk di undang tampil dalam acara *Indie Air* merupakan tanggung jawab dari produser program *Indie Air*. Tema acara diangkat berdasarkan hal-hal yang sedang *highlight* disekitar masyarakat khususnya kalangan anak muda dan komunitas musik *indie* di Bandung.

Dalam menentukan artis mana yang berpotensi dan layak untuk diundang, produser program akan melakukan koordinasi dengan *music director*. Acara *Indie Air* mengundang artis dari musisi-musisi *indie* Indonesia dan juga band-band *indie* lokal yang berpotensi untuk dijadikan *hits* musik yang baru. Acara *Indie Air* memiliki beberapa kriteria khusus dalam memilih artis atau musisi-musisi *indie* yang akan ditampilkan dan musiknya diputarkan di acara tersebut. Kriteria tersebut dilihat dari segi musikalitas, lirik lagu dan segi komersial. Dari segi musikalitas, musik yang diputarkan di program acara *Indie Air* haruslah memiliki keunikan dan karakter, maupun itu dari *instrument* musik yang dimainkan, suara *vocal* ataupun pribadi musisinya itu sendiri. Dari segi lirik lagu, program acara *Indie Air* menyaring lagu-lagu yang tidak memiliki lirik yang mengandung unsur-unsur negatif dalam lirik lagu tersebut, seperti pencelaan, unsur sara, dan kata-kata kasar. Melihat dari segi komersialnya, program acara *Indie Air* tidak terpatok oleh jenis musik atau *genre* musik tertentu. Selama musik tersebut masih dapat dinikmati dan memiliki daya tarik, musik tersebut akan diputarkan di program acara *Indie Air*. Program acara *Indie Air* memutarakan hampir semua jenis atau *genre* musik yang berada dalam konteks musik *indie*, mulai dari *pop*, *punk*, *metal*, *blues*, *reggae*, *ska* dll. Produser program juga akan melakukan pengamatan dan perbandingan antara *live performance* musisi dengan musik mp3 atau *wave* hasil rekaman musisi tersebut. Jika *live performance* musisi atau *band* berbeda jauh dengan hasil rekamannya, maka produser program tidak akan memutarakan musik dan mengundang tampil musisi tersebut di program acara *Indie Air*.

Sedangkan dalam konteks diluar musisi, *guest* yang diundang di acara *Indie Air* merupakan tokoh atau organisasi yang memiliki kompetensi dibidangnya, khususnya yang berkaitan dengan musik seperti *event* atau acara musik *indie*, *studio recording*, *sound engineering*, majalah musik dll.

Setelah tema acara dan artis yang akan tampil di acara *Indie Air* telah ditetapkan oleh produser program *Indie Air*, produser program menghubungi pihak artis atau manajemen artis yang akan di undang tampil di acara *Indie Air*. Produser program menghubungi pihak artis atau manajemen artis melalui telepon atau langsung menjadwalkan pertemuan untuk membahas perihal undangan tampil di acara *Indie Air*. Pihak radio Zora akan menggali informasi *guest* atau artis mengenai lagu atau album dan promosi *guest* tersebut. Setelah mendapat kesepakatan antara pihak radio Zora dan pihak artis, produser program akan mengembangkan rencana yang telah ditentukan sebelumnya dengan melakukan koordinasi ke divisi-divisi lainnya seperti *announcer*, operator, dan *music director*.

Sebelum pelaksanaan siaran acara *Indie Air*, produser program melakukan persiapan hal-hal yang dibutuhkan untuk pelaksanaan siaran seperti membuat naskah siaran (*script*), *Rundown* Acara dan *song playlist*. Dalam membuat naskah siaran (*script*) dan *rundown* acara merupakan tanggung jawab langsung produser program acara *Indie Air*. Sedangkan dalam membuat *song playlist* produser program *Indie Air* dibantu oleh *music director* dalam menentukan lagu atau musik yang akan diputarkan di program acara *Indie Air*. Adapun *Rundown* acara yang dibuat dapat dilihat dari table di bawah ini :

Tabel 4 2 Rounddown Program Acara Indie Air Kamis, 17 Maret 2016

Time	Activity	Song	Keterangan
19.00-19.15	<i>Opening Zora Indie Air</i>		
		3 lagu	
19.15-19.35	<i>Zora Indie Update</i>		Story Of Mocca
		3 lagu	Mocca
19.35-19.45	<i>Zora Indie Company Cut 1</i>		Sendal Jepit
		1 lagu	
19.45-20.00	<i>Zora Indie Company Cut 2</i>		Sendal Jepit
		1 lagu	
20.00-20.15	<i>Zora Indie Company Cut 3</i>		Sendal Jepit
		1 lagu	
20.15-20.30	<i>Zora Indie Ten Chart Cut 1</i>		
20.30-20.45	<i>Zora Indie Ten Chart Cut 2</i>		
20.45-21.00	<i>Zora Indie Ten Chart Cut 3</i>		<i>Closing</i>
		1 Lagu	

Sumber : Radio Zora, 2016

Setelah semua telah dipersiapkan, sebelum melakukan siaran *announcer* program acara *Indie Air* terlebih dahulu melakukan *inbox*. *Inbox* merupakan sebuah pelatihan sebelum langsung melakukan siaran secara *live*. Hal ini bertujuan untuk melatih teknik siaran seorang *announcer* mulai dari kejelasan pengucapan kata-kata (artikulasi), nada suara atau irama bicara (intonasi), logat atau dialek bicara (eksentuasi), cepat atau lambatnya tempo bicara dan perubahan nada bicara (infleksi). Selama *announcer* melakukan *inbox*, produser program secara langsung memberikan pengawasan dan pengarah kepada *announcer* agar semua berjalan sesuai dengan SOP (*standart operating procedure*) yang berlaku di radio Zora. Setelah *announcer* melakukan *inbox* (persiapan dan pelatihan) dan sudah siap melakukan siaran, setelah itu program acara *Indie Air* baru mulai *on air*.

D. Evaluasi Program Siaran *Indie Air* (*Controlling*)

Sebelum radio Zora mematenkan sebuah program acara siaran, radio Zora terlebih dahulu melakukan penyiaran percobaan program acara tersebut selama 3 bulan. Selama 3 bulan melakukan penyiaran percobaan program siaran, radio Zora menganalisis dan melakukan evaluasi program acara tersebut mulai dari isi konten program, penempatan waktu penyiaran, durasi siaran, *playlist* lagu yang diputarkan sampai dengan pemilihan *announcer* yang tepat.

Dalam pelaksanaan siaran program musik *Indie Air*, dibutuhkan pengawasan agar semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan pelaksanaan berjalan dengan baik agar tercapainya sasaran dan tujuan yang telah ditentukan dalam proses perencanaan sebelumnya. Adapun divisi atau staf yang berwenang untuk melakukan pengawasan adalah produser program. Produser program akan terjun langsung dalam melakukan pengarahan dan pengawasan penyiaran program acara musik *Indie Air* untuk dapat mengukur kemajuan sejauh mana pencapaian dari tujuan yang telah ditetapkan dan memungkinkan untuk mendeteksi penyimpangan dari perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya. Evaluasi dilakukan setiap seminggu sekali atau setiap setelah program *Indie Air* siaran.

Produser program akan melakukan evaluasi seluruh kegiatan untuk dapat memperbaiki kesalahan atau masalah yang timbul agar dapat meningkatkan kualitas siaran acara *Indie Air*. Seluruh laporan kegiatan akan menjadi bahasan pada pertemuan (*meeting*) yang akan datang.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Manajemen Program Siaran *Indie Air*

Mengelola sebuah program siaran musik dibutuhkan sebuah sistem dan mekanisme pengelolaan agar program tersebut dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dalam mengelola program acara musik *Indie Air*, radio Zora melakukan rangkaian kegiatan yang terdiri dari; Perencanaan Program Siaran, Pengorganisasian, Eksekusi (*actuating*) Program Siaran, dan Evaluasi Program Siaran. Jika ditinjau dari pendekatan ilmu manajemen, apa yang dilakukan oleh radio Zora tersebut merupakan langkah-langkah yang sistematis dan ilmiah. Hal ini mengingat untuk tercapainya tujuan dari acara *Indie Air* tersebut akan melibatkan beberapa elemen yang terdiri dari sumber daya manusia, uang, peralatan kerja, dan *energy* (listrik) harus dapat dimanfaatkan secara optimal. Untuk tujuan optimalisasi tersebut maka dibutuhkan sebuah proses atau mekanisme kegiatan yang terencana sehingga elemen-elemen tersebut dapat dimanfaatkan secara efisien sehingga sistem penyelenggaraan program *Indie Air* itu sendiri dapat berjalan sesuai harapan (efektif) namun diperoleh dengan cara-cara yang efisien.

Seperti yang dikatakan Sedamaryanti (2014: 2) bahwa manajemen merupakan suatu proses yang terdiri dari rangkaian kegiatan: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk menentukan dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya.

Seperti halnya organisasi dan perusahaan lain, maka media penyiaran pun harus menggunakan manajemen dalam menjalankan kegiatannya. Mengingat pada dasarnya manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi atau perusahaan, karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan menjadi sulit (Morissan 2008: 133).

1. Perencanaan Program Siaran *Indie Air* (Planning)

Bedasarkan pada beberapa pendapat para ahli, perencanaan (*planning*) merupakan salah satu elemen penting dari manajemen, perencanaan merupakan fungsi dasar (*fundamental*) dari manajemen, karena *organizing*, *staffing*, *directing*, dan *controlling* pun harus terlebih dahulu direncanakan (Hasibuan, 2014: 91). Dalam menjalankan kegiatan, radio Zora telah menetapkan tujuan yang ingin dicapai serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Sebelum radio Zora membuat sebuah program acara musik, divisi program *manager* radio zora telah melakukan riset terlebih dahulu terhadap selera musik yang sedang diminati oleh masyarakat, khususnya kalangan anak muda di kota Bandung, serta melakukan analisis kompetitif terhadap perusahaan pesaingnya. Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi peluang pasar serta untuk mengetahui karakteristik audiens. Morissan (2008: 278) mengatakan bahwa analisis yang cermat terhadap pasar audien akan memberikan peluang bagi setiap penayangan program untuk diterima para audien. Suatu stasiun penyiaran biasanya mengidentifikasi peluang pasar dengan cara memperhatikan pasar audien secara cermat dan menandai jika terdapat kecenderungan kenaikan minat dan juga memperhatikan tingkat kompetisi program siaran yang terdapat pada setiap segmen pasar atau audien.

Setelah melakukan analisis mengenai musik yang diminati dikalangan anak muda kota Bandung dan menganalisis program pesaing, munculah sebuah gagasan untuk membentuk program siaran dalam format musik yang didalamnya mengandung konten musik *indie* dan juga edukasi dan program tersebut diberi nama *Zora Indie Air*. Peneliti berpendapat bahwa penetapan kata *Zora Indie Air* sebagai nama program siaran sudah cukup sesuai. Secara *trade mark* atau merek nama tersebut menurut peneliti sudah cukup spesifik, mudah diingat, dan bermakna. Selain itu dengan nama tersebut audien sudah mendapatkan gambaran umum dan identitas dari konsep atau konten yang disajikan di dalam program acara tersebut. Morissan (2010: 76) mengatakan

bahwa memilih nama merek bagi suatu produk merupakan kegiatan yang penting ditinjau dari persepektif promosi karena nama merek berfungsi menyampaikan atribut dan makna.

Selanjutnya radio Zora mengembangkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya dengan membuat sebuah perencanaan. Adapun hal-hal yang dilakukan dalam perencanaan tersebut mencakup tentang penetapan tujuan, segmentasi audien, pemilihan tema topik pembahasan atau isi konten, penetapan jadwal siaran dan promosi program *Indie Air*. Hal-hal yang dilakukan pada perencanaan tersebut dipandang perlu mengingat program *Indie Air* merupakan program baru. Sehingga pihak radio Zora perlu memikirkan atau merencanakan sebuah strategi yang tujuannya agar program tersebut menarik dan mampu memenuhi kebutuhan audien. Seperti yang dikatakan Morissan (2008: 274) bahwa pada stasiun radio, perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program siaran yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien yang terdapat pada suatu segmen audien berdasarkan demografi tertentu.

1) Penetapan Tujuan

Penetapan tujuan merupakan suatu aktivitas untuk menetapkan sesuatu yang ingin dicapai melalui pelaksanaan kerja (Siswanto, 2013: 45). Tujuan dibentuknya program acara *Indie Air* yaitu untuk mewadahi dan memberi edukasi tentang musik bagi para musisi dan penikmat lagu *indie* di kota Bandung. Selain itu melalui program tersebut diharapkan akan mampu memperoleh *Prestige* dan *Brand Awareness*.

Pada beberapa radio kebanyakan, tujuan dari program penyiaran adalah untuk menarik banyak audien. Namun bagi radio Zora sendiri jumlah audien yang banyak bukanlah satu-satunya tujuan penyiaran sebuah program acara. Seperti yang disampaikan Morissan (2008: 290) bahwa dalam sebuah program siaran selain mendapatkan audien yang banyak terdapat tujuan-tujuan lain, yang diantaranya; *prestige*, *brand awareness*, penghargaan, dan kepentingan

publik. *Prestige* dapat diartikan sebagai citra yang baik dari sebuah produk karena dianggap memiliki nilai lebih dibandingkan dengan yang lainnya. Sedangkan *brand awareness* dapat diartikan sebagai sebuah kegiatan membangun citra merek agar mendapatkan pengakuan positif dari masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Sumarwan (2009: 29) bahwa membangun citra merek sangatlah penting bagi perusahaan, karena akan membentuk persepsi positif terhadap merek dan selanjutnya persepsi positif itu akan memberikan keyakinan dan dorongan kepada konsumen untuk mengkonsumsi merek tersebut.

Melihat tujuan dari program acara *Indie Air* tersebut, peneliti menilai bahwa tujuan tersebut sejalan dengan visi dan misi radio Zora yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti yang dikatakan Romli (2009: 28) bahwa program acara radio sangat beragam, masing-masing memiliki maksud dan tujuan. Hal tersebut harus diselaraskan dengan format dan juga visi dan misi stasiun radio.

2) Segmentasi Audiens

Dalam kegiatan bisnis, segmentasi pasar digunakan untuk memilih pasar sasaran, mencari peluang, menggerogoti segmen pemimpin pasar, merumuskan pesan, komunikasi, pelayanan yang lebih baik, menganalisis perilaku konsumen, dan mendisain produk. Segmentasi pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasara (Shinta, 2011: 63). Tahap perencanaan selanjutnya radio Zora menentukan segmentasi audien yang akan dituju pada program acara *Indie Air*. Berdasarkan pada hasil analisis sebelumnya ternyata tidak seluruh masyarakat kota Bandung dapat menikmati atau menyukai musik-musik *indie*. Hanya sebagian besar kalangan yang menyukai musik *indie*, salah satunya adalah kalangan anak muda. Maka berdasarkan hal tersebut program acara *Indie Air* memfokuskan segmentasi pendengar dikalangan anak muda pada usia 15-25 tahun.

Peneliti berpendapat bahwa apa yang telah dilakukan oleh radio Zora tersebut sangatlah tepat karena dengan penentuan segmentasi tersebut maka program acara *Indie Air* dapat lebih terfokus dalam melayani kebutuhan dan keinginan audiensnya. Menurut Morissan (2008: 179) segmentasi diperlukan agar stasiun penyiaran dapat melayani audiennya secara lebih baik, melakukan komunikasi yang lebih *persuasive*, dan yang terpenting adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan audien yang dituju.

3) Pemilihan Tema dan Topik Pembahasan

Menurut Wahyudi (2008: 161), tema adalah ide yang mendasari suatu cerita. Tema berperan sebagai pangkal tolak dalam memaparkan karya rekaan yang diciptakan. Berdasarkan pada segmentasi audien yang memilih segmen kalangan anak muda, maka pemilihan tema atau topik pembahasan dalam program *Indie Air* harus mengarah pada *trend* atau fenomena yang sedang berkembang (*happening*) dikalangan anak muda kota Bandung. Topik yang diangkat dalam pembahasan dan perbincangan didalam program acara *Indie Air* tersebut menyangkut informasi tentang musik *indie*, musisi-musisi *indie*, komunitas *indie*, acara atau *event* musik *indie* dan informasi edukasi *coaching clinic* seperti *press realese*, *recording* dan *sound*.

Peneliti berpendapat bahwa tema atau topik pembahasan yang diangkat dalam program acara *Indie Air* cukup menarik. Program acara *Indie Air* tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga memberikan informasi yang bersifat edukatif kepada para pendengarnya. Tema atau topik pembahasan yang diangkat dalam program acara *Indie Air* termasuk dalam bentuk hiburan.

Menurut Morissan (2008: 238) pengelola program siaran yang baik harus mengetahui apa yang menarik ataupun yang sedang populer dikalangan masyarakat untuk kelompok-kelompok yang berbeda-beda. Terdapat 3 bentuk *infotainment* radio yang populer di Indonesia yaitu *info-entertainment*, *infotainment*, dan *information & entertainment*.

4) Penetapan Jadwal Siaran

Menurut Stephen P. Robbin (1999: 251), penjadwalan merupakan daftar dari kegiatan-kegiatan yang diperlukan, urutan penyelesaian, siapa yang mengerjakan masing-masing kegiatan tersebut, dan waktu yang diperlukan untuk menyelesaikannya. Jadwal siaran program acara *Indie Air* ditetapkan pada hari Kamis malam pukul 19.00 s/d pukul 21.00 yang berlangsung selama 2 jam. Waktu tersebut merupakan waktu *prime time*. Peneliti menilai, bahwa penetapan jadwal siaran program *Indie Air* pada waktu *prime time* sangatlah tepat.

Waktu *prime time* merupakan waktu dimana kebanyakan orang menikmati hiburan setelah lelah dengan aktivitas kesehariannya. Selain itu pendengar pada segmen ini sangat beragam, mulai dari anak-anak, remaja hingga orang tua.

Menurut Morissan (2008: 344) *prime time* merupakan waktu siaran yang paling banyak menarik audien. Audien yang berada pada segmen ini sangat beragam (anak-anak, remaja dan dewasa). Sedangkan menurut M. Jazuli (2014: 55) kepastian hari dan ketepatan dalam menjadwalkan sebuah acara harus dijadwalkan dengan tepat, sehingga tidak menimbulkan keraguan dari pihak audien untuk menikmati acara tersebut. Dalam menetapkan waktu yang penting dipertimbangkan adalah keadaan waktu yang luang, senggang ataupun longgar.

5) Promosi Program

Menurut Shinta (2011: 120) pada hakikatnya promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan bersangkutan. Untuk dapat menarik minat para pendengar,

mempertahankan pendengar yang telah didapat ataupun menarik audien baru (memperkenalkan program acara *Indie Air*), radio Zora melakukan kegiatan promosi. Tujuan promosi tersebut tidak hanya menargetkan pada pendengar semata, kegiatan promosi tersebut juga untuk menarik minat para pemasang iklan.

Dengan memperoleh banyak pendengar maka semakin besar kemungkinan para pemasang iklan akan tertarik mengiklankan produknya tersebut dalam program acara *Indie Air*. Menurut Morrisan (2008: 455) bahwa melalui promosi, media penyiaran mencoba untuk membujuk khalayak untuk tetap mengikuti program-program yang disiarkan dan sekaligus membujuk pemasang iklan untuk membeli waktu siaran yang tersedia.

Divisi yang memiliki tanggung jawab dalam kegiatan promosi adalah divisi *marketing*, *traffic*, dan produksi. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan radio zora dalam memasarkan program acara *Indie Air* antara lain melalui promosi di radio Zora sendiri, interaktif pada jejaring sosial di internet, dan melalui kontes berhadiah.

a. Promosi di radio Zora

Michael Ray (Morissan, 2010: 16) mendefinisikan promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan. Dalam melakukan promosi di radio sendiri, Radio Zora mengiklankan program acara *Indie Air* setiap hari pada setiap jeda iklan. Iklan tersebut menunjukkan identitas program acara *Indie Air* dalam bentuk slogan, jingle, dan juga cuplikan siaran sebelumnya atau topik pembahasan yang akan datang. Hal tersebut dilakukan untuk mengingatkan audien dan berusaha mempertahankan audien untuk terus mengikuti program acara *Indie Air*. Morissan (2008: 458) mengungkapkan, tempat terbaik untuk mempromosikan program acara adalah tentu saja di stasiun sendiri. Promosi di stasiun sendiri merupakan cara yang paling cepat dan mudah dilakukan karena audien sudah tersedia.

b. Promosi melalui internet dan jejaring sosial

Internet saat ini sudah menjadi media iklan yang menarik. Banyak praktisi pemasaran mengiklankan produk mereka baik di *web site* sendiri maupun di *web site* milik perusahaan lain (Morissan, 2010: 24). Melalui internet dan jejaring sosial program acara *Indie Air* dapat melakukan promosi secara interaktif dengan para pendengarnya. Pendengar dapat menikmati sajian program acara *Indie Air* secara *online*. Dengan adanya media sosial, para pendengarpun dapat langsung berinteraksi dengan penyiar untuk merequest lagu atau memberikan komentar. Dengan menggunakan media sosial program acara *Indie Air* dapat melakukan promosi dalam bentuk visual seperti logo dan video. Selain itu radio Zora juga bekerja sama dengan beberapa *website* dalam melakukan promosi, salah satunya adalah www.bandungmagazine.com. Menurut Morissan (2008: 473) promosi melalui internet atau jejaring sosial memungkinkan terjadinya arus timbal balik yang memungkinkan pengguna dapat berpartisipasi pada saat itu juga (*real time*) seperti mengajukan pertanyaan, menjawab pertanyaan dan tentu saja melakukan pembelian. Karena sifat yang interaktif, internet menjadi cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan konsumen.

c. Promosi melalui kontes berhadiah

Morissan mengatakan (2008: 471) bahwa stasiun penyiaran kerap mengadakan kontes atau kompetisi dalam upaya meningkatkan promosi stasiun penyiaran. Sebuah kontes (*event/ festival/ kompetisi*) diakui sebagai salah satu cara yang efektif untuk menarik perhatian audien dan bahkan meningkatkan audien. Salah satu kegiatan promosi yang radio Zora lakukan adalah dengan menyelenggarakan sebuah kontes berhadiah seperti *event* musik atau pun festival musik. Kegiatan tersebut diselenggarakan sebagai wadah untuk menyalurkan dan mempublikasikan karya musik *indie* lokal. Kegiatan yang diselenggarakan tersebut biasanya melibatkan pengelola media penyiaran lain dan juga pemasang iklan atau sponsor. Dengan demikian radio Zora dapat

membangun citra baik terhadap masyarakat (audien) dan juga pihak lain yang bersangkutan seperti media penyiaran, media massa dan pemasang iklan.

Pada setiap kegiatan yang akan diselenggarakan, radio Zora juga melakukan pemasangan iklan pada *billboard* yang diletakan ditempat-tempat yang strategis. Di dalam *billboard* tersebut disampaikan informasi mengenai kegiatan yang akan diselenggarakan dan juga mengenai identitas radio Zora dan program acara *Indie Air*. Morissan (2008: 465) mengungkapkan bahwa keuntungan *billboard* sebagai medium iklan antara lain dalam hal ukurannya yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan serta dapat ditambah dengan efek-efek khusus seperti cahaya, gelombang, gerakan berputar dan sebagainya.

2. Pengorganisasian Program Siran *Indie Air* (*Organizing*)

A. Divisi Program Acara *Indie Air*

Pengorganisasian adalah keseluruhan proses pengelompokan orang, alat-alat, tugas, tanggung jawab dan wewenang sedemikian rupa sehingga terciptanya suatu organisasi yang dapat digerakan sebagai suatu kesatuan dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditetapkan (Feriyanto, 2015: 26). Dalam pengorganisasian program siaran *Indie Air*, radio Zora membuat sebuah Stuktur divisi yang ditujukan untuk mengelola program acara siaran musik *Indie Air*. Dalam penetapan tugas pokok dan bagian atau jabatan sebuah *staff* maupun divisi, radio Zora memilih orang-orang yang tepat atau kompeten dibidangnya agar semua kegiatan yang dilakukan dapat dilakukan secara efektif dan efisien dalam mencapai sebuah tujuan. Program tersebut dikelola oleh sebuah tim (*team work*) dibawah tanggung jawab *program manager*. Program *manager* radio Zora membentuk sebuah divisi dibawahnya untuk mengelola Program *Indie Air*. Adapun divisi yang terlibat dalam penyiaran program acara music *Indie Air* dapat dilihat pada table dibawah ini :

Tabel 4 3 Struktur Divisi Program Acara Musik *Indie Air*

No	Jabatan	Nama
1	Program <i>Director</i>	Ria dan Asti
2	Produser Program	Gordo
3	<i>Music Director</i>	Dedi
4	Operator	Sin
5	<i>Announcer</i>	Dimassawi dan Luo Endo

Sumber : Radio Zora, 2016

Dilihat dari tabel struktur divisi di atas, bentuk organisasi yang diperuntukan dalam mengelola program acara *Indie air* memiliki bentuk oraganisasi yang cukup kecil. Semakin kecil bentuk organisasi akan semakin kompleks tugas pokok yang digariskan begitu juga sebaliknya (M. Jazuli: 14).

Peneliti berpendapat, pembentukan struktur organisasi yang dibentuk untuk mengelola program acara tersebut sudah cukup dan layak. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai dengan kompetensi di bidangnya masing-masing. Menurut Morissan (2008: 151) struktur organisasi penyiaran pada umumnya tidak memiliki standar yang baku. Bentuk orgniasasi stasiun penyiaran berbeda-beda satu dengan yang lainnya, bahkan pada wilayah yang sama stasiun penyiaran tidak memiliki struktur organisasi yang persis sama.

3. Eksekusi Program Siaran Indie Air

Eksekusi program yang dimaksud dalam penelitian ini merupakan penerapan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya (penggerakan/*actuating*). Secara teori, menurut Feriyanto (2015: 45) penggerakan merupakan aspek hubungan manusiawi dalam kepemimpinan yang mengikat para bawahan untuk bersedia mengerti dan menyumbangkan tenaganya secara efektif serta efisien untuk mencapai tujuan.

Dalam melakukan pelaksanaan atau mengeksekusi program acara *Indie Air*, pengelola program acara siaran tersebut melakukan beberapa persiapan sebelum melakukan siaran langsung (*on air*). berikut merupakan ringkasan dari tahapan-tahapan proses pelaksanaan yang radio Zora lakukan dalam mengeksekusi program siaran *Indie Air*.

- 1) Melakukan pertemuan (*meeting*) yang membahas proses pelaksanaan program acara *Indie Air*.
- 2) Penetapan tema acara atau topik pembahasan program acara *Indie Air*
- 3) Penetapan guest yang akan diundang di program acara *Indie Air*
- 4) Mengkoordinasi pihak guest yang akan diundang
- 5) Membuat naskah siaran (*script*)
- 6) Membuat songlist atau *playlist*
- 7) Membuat *rundown* acara
- 8) Produser program melakukan koordinasi kepada divisi *traffic*, *operator*, dan *music director*.
- 9) *Announcer* melakukan *inbox* dibawah pengawasan produser program
- 10) Pelaksanaan siaran (*on air*)
- 11) Evaluasi

Melihat tahapan proses pelaksanaan siaran acara yang dilakukan oleh radio Zora diatas, peneliti menilai dalam tahapan tersebut secara keseluruhan sudah berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Seperti yang dikatakan Morissan (2008: 343) eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Dari

beberapa tahapan proses pelaksanaan siaran acara *Indie Air* yang dilakukan, didalamnya termasuk dalam kegiatan pengarahan dan macam-macam bentuk pergerakan. Pihak radio Zora (produser program) juga menerapkan prinsip-prinsip pergerakan untuk kelancaran proses pelaksanaan agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan baik secara efektif dan efisien dalam pencapaian sebuah tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Macam-macam pergerakan yang dilakukan dapat berupa orientasi, perintah dan delegasi wewenang (Feriyanto, 2015: 49).

4. Pengawasan dan Evaluasi Program Siaran *Indie Air* (*Controlling*)

Pengawasan adalah kegiatan manajer atau pimpinan dalam mengupayakan agar pekerjaan sesuai dengan perencanaan yang ditetapkan dan tujuan yang ditentukan (M Jazuli, 2014: 17).

Sedangkan menurut Siswanto (2013: 151), *controlling* dapat didefinisikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk mengevaluasi apakah aktivitas-aktivitas organisasi telah dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan, apabila belum dilaksanakan diagnosis faktor penyebabnya untuk selanjutnya diambil tindakan perbaikan.

Dalam pelaksanaan siaran program musik *Indie Air*, dibutuhkan pengawasan agar semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan dan pelaksanaan berjalan dengan baik agar tercapainya sasaran dan tujuan yang telah ditentukan dalam proses perencanaan sebelumnya. Adapun divisi atau *staff* yang berwenang untuk melakukan pengawasan adalah produser program. Produser program akan terjun langsung dalam melakukan pengarahan dan pengawasan penyiaran program acara musik *Indie Air* untuk dapat mengukur kemajuan sejauh mana pencapaian dari tujuan yang telah ditetapkan dan memungkinkan untuk mendeteksi penyimpangan dari perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya. Produser program akan melakukan evaluasi seluruh kegiatan untuk dapat memperbaiki kesalahan atau masalah yang timbul

agar dapat meningkatkan kualitas siaran acara *Indie Air*. Morissan (2008: 354) mengungkapkan proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan yang sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran. Peneliti berpendapat tujuan dilakukannya pengawasan dan evaluasi yang dilakukan oleh produser program memiliki tujuan yang jelas dan sesuai dengan prinsip pengawasan seperti yang dikatakan Andri Feriyanto (2015: 67), prinsip pengawasan yaitu memastikan pelaksanaan sesuai dengan rencana sehingga harus ada perencanaan tertentu, intruksi dan wewenang ke pada bawahan.

4.2.2 Keberhasilan Program Siaran

Peneliti berpendapat bahwa keberhasilan sebuah program siaran ditentukan oleh banyaknya audien yang dimiliki oleh suatu program tersebut. Seperti yang dikatakan Morissan (2008: 377) umpan balik (*feed back*) merupakan hal yang sangat penting bagi pengelola media penyiaran. Umpan balik akan menjadi petunjuk kepada pengelola stasiun penyiaran apakah suatu program itu berhasil atau tidak. Secara umum, umpan balik dalam media penyiaran diartikan sebagai seluruh informasi yang berasal dari audien.

Berdasarkan data yang diperoleh dari produser program selaku narasumber, program acara *Indie Air* mendapatkan respon positif dari para pendengar khususnya di wilayah Bandung. Jumlah pendengar program acara *Indie Air* mencapai kurang lebih sekitar 300 pendengar hanya dalam waktu 1 jam. Hal ini menunjukkan minat masyarakat terhadap program acara *Indie Air* cukup tinggi. Dengan dicapainya pendengar dalam jumlah yang kurang lebih sekitar 300 pendengar dalam waktu 1 jam, angka tersebut merupakan jumlah yang cukup banyak dibandingkan dengan acara-acara program lain yang di siarkan di radio Zora yang hanya didengar oleh sekitar 150 pendengar (wawancara: Gordo dan Asti 25 Mei 2016). Dengan demikian program siaran *Indie Air* dapat dikatakan berhasil menarik minat masyarakat khususnya di wilayah Bandung.

Berdasarkan uraian diatas mengenai seluruh kegiatan yang dilakukan radio Zora dalam mengelola program siaran acara musik *Indie Air*, kegiatan tersebut merupakan proses mekanisme kegiatan yang terencana dan sistematis. Radio Zora menenarpkan konsep dasar dan fungsi “Manajemen” dalam mengelola program acara *Indie Air* untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. George R. Terry (Jazuli, 2014: 12) merumuskan fungsi manajemen sebagai proses dinamis yang meliputi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pergerakan (*actuating*) dan pengawasan serta evaluasi (*controlling*).

Adapun kegiatan yang dilakukan oleh radio Zora dalam mengelola program siaran acara musik *Indie Air* adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan program siaran acara musik *Indie Air* (*Planning*)

Perencanaan mencakup; penetapan tujuan program siaran, analisis peluang pasar dan analisis kompetitif, pemilihan nama program siaran, segmentasi audien, penjadwalan program siaran, penetapan tema atau topik pembahasan program siaran, dan promosi program siaran.

2. Pengorganisasin program siaran acara musik *Indie Air* (*Organizing*)

Pengorganisasian mencakup pembentukan divisi program acara *Indie Air*. Adapun divisi yang terlibat dalam mengelola program siaran acara musik *Indie Air* yaitu; program *director*, produser program, *music director*, operator dan *announcer*.

3. Eksekusi pelaksanaan siaran acara musik *Indie Air* (*actuating*)

Secara keseluruhan proses pelaksanaan atau eksekusi program siaran acara musik *Indie Air* mencakup; *meeting* yang membahas proses pelaksanaan program acara *Indie Air*, mengkoordinasi pihak guest yang akan diundang, membuat naskah siaran (*script*), membuat *songlist* atau *playlist*, membuat *rundown* acara , produser program melakukan koordinasi kepada divisi *traffic*, *operator*, dan *music director*, *Announcer* melakukan *inbox* dibawah pengawasan produser program dan pelaksanaan siaran (*on air*)

4. Pengarahan dan Evaluasi Acara (*controlling*)

Dalam proses pengawasan produser program sebagai pimpinan telah menjalankan tugas dengan baik. Hal tersebut dilakukan untuk dapat mengukur kemajuan sejauh mana pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dan memungkinkan untuk mendeteksi penyimpangan dari perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya. Produser program melakukan evaluasi seminggu sekali untuk dapat memperbaiki kesalahan atau masalah yang timbul agar dapat meningkatkan kualitas program acara *Indie Air*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai manajemen program siaran acara musik *Indie Air* di radio Zora, dalam keseluruhan kegiatan yang dilakukan, radio Zora menerapkan konsep dasar dan fungsi-fungsi “Manajemen” dalam seluruh kegiatannya untuk dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hal tersebut telah memenuhi standarisasi dalam pengelolaan sebuah organisasi, perusahaan maupun media penyiaran radio dan sesuai dengan teori-teori yang telah dirumuskan oleh para ahli, diantaranya seperti : Perencanaan (*planning*), Pengorganisasi (*organizing*), Penggerakan (*actuating*), dan Pengarahan dan Evaluasi Acara (*controlling*).

Adapun kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini dilihat dari aspek manajemen adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan program siaran acara musik *Indie Air* (*Planning*)

Secara umum perencanaan yang dilakukan oleh radio Zora cukup rasional/ilmiah dan matang. Kematangan ini dapat dilihat dari keputusan-keputusan perencanaan yang berdasar pada analisis terhadap kebutuhan pasar. Perencanaan tersebut mencakup; penetapan tujuan program siaran, analisis peluang pasar dan analisis kompetitif, pemilihan nama program siaran, segmentasi audien, penjadwalan program siaran, penetapan tema atau topik pembahasan program siaran, dan promosi program siaran.

2. Pengorganisasin program siaran acara musik *Indie Air* (*Organizing*)

Pembentukan struktur organisasi program siaran acara musik *Indie Air* yang dibentuk telah tertata dengan rapi. Setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawab sesuai dengan kompetensi dibidangnya masing-masing. Adapun divisi yang

terlibat dalam mengelola program siaran acara musik *Indie Air* yaitu; program *director*, produser program, *music director*, operator dan *announcer*.

3. Eksekusi pelaksanaan siaran acara musik *Indie Air* (*actuating*)

Secara keseluruhan proses pelaksanaan atau eksekusi program siaran acara musik *Indie Air* sudah berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun sebelumnya. Dalam kegiatan pengarahan pengelola program acara *Indie Air* menerapkan macam-macam bentuk pergerakan dan prinsip-prinsip penggerakan berupa orientasi, perintah dan delegasi wewenang. Hal tersebut dilakukan demi kelancaran proses pelaksanaan agar proses pelaksanaan dapat berjalan dengan baik secara efektif dan efisien dalam pencapaian sebuah tujuan.

4. Pengarahan dan Evaluasi Acara (*controlling*)

Dalam proses pengawasan produser program sebagai pimpinan telah menjalankan tugas dengan baik. Hal tersebut dilakukan untuk dapat mengukur kemajuan sejauh mana pencapaian tujuan yang telah ditetapkan dan memungkinkan untuk mendeteksi penyimpangan dari perencanaan yang telah ditentukan sebelumnya. Produser program melakukan evaluasi seminggu sekali untuk dapat memperbaiki kesalahan atau masalah yang timbul agar dapat meningkatkan kualitas program acara *Indie Air*.

5.2 Saran

Jika dilihat secara garis besar dari keseluruhan kegiatan tata kelola yang dilakukan radio Zora terhadap program siaran *Indie Air*, radio Zora telah mampu menjalankan proses penyiaran dengan baik dan maksimal. Namun, ada beberapa catatan yang dapat diambil yang kiranya dapat menjadi masukan bagi program siaran acara *Indie Air* yang berkaitan dengan guest atau tamu yang diundang di program acara *Indie Air*. Pada program siaran *Indie Air*, *guest* yang diundang hadir khususnya musisi atau band hanya memberikan informasi-informasi mengenai lagu atau album karya ciptaan musisi atau band tersebut melalui pemutaran lagu dan perbincangan selama program siaran berlangsung.

Berdasarkan hal tersebut peneliti memiliki saran untuk program siaran *Indie Air* agar membuat satu segmen khusus dimana musisi atau band yang diundang hadir untuk melakukan demonstrasi karya ciptaan secara langsung (live performance/ *live on air*). Dengan demikian tema atau topik pembahasan yang diangkat dalam program siaran acara musik *Indie Air* lebih variatif dan lebih dapat menarik audien ataupun musisi indie untuk mendemonstrasikan karya musiknya melalui program siaran *Indie Air*.

DAFTAR PUSTAKA

- Feriyanto, A. 2015. *Pengantar Manajemen*. Kebumen: Mediatera
- Hasibuan, M.S.P. 2014. *Manajemen: Dasar, Pengertian dan Masalah*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Jazuli, M. 2014. *Manajemen Seni Pertunjukan*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Morissan. 2008. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- _____, 2010. *Periklanan*. Jakarta: Kencana
- Naldo. 2012. *Karya Tesis: Musik Indie Sebagai Perlawanan Terhadap Industri Musik Mainstreem Indonesia*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Inonesia, Jakarta.
- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana
- Rez, Idhar. 2008. *Music Record Indie Label*. Bandung: Mizan Bunaya Kreativa
- Robbin, P. Stephen. 1999. *Manajemen*. Edisi Indonesia. Jakarta: PT. Prenhallindo
- Romli, M. 2009. *Dasar-Dasar Siaran Radio*. Bandung: Nuansa
- Sedamaryanti. 2014. *Manajemen Strategi*. Bandung: PT. Refika ADitama
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Briwijaya Press
- Siswanto. 2013. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan. 2009. *Pemasaran Strategik*. Jakarta: Inti Prima Promosindo
- Wahyudi, Siswanto. 2008. *Pengantar Teori Sastra*. Jakarta: PT. Grasindo

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan Wawancara Dengan Pihak Radio Zora

I. Pertanyaan untuk divisi program

1. Berasal dari mana ide yang mendasari dan melatarbelakangi pembentukan program *indie air* ?
2. Apa tujuan dari dibentuknya program *indie air* ?
3. Bagaimana tahapan pembentukan proses pembentukan program *indie*
 - a. Riset (analisis lingkungan)
 - b. Analisis kompetitif (persaingan terhadap program lain atau radio lain)
 - c. Divisi apa saja yang terlibat dalam melakukan riset ?
 - d. Siapa yang membentuk divisi riset tersebut ?
4. Divisi apa saja yang terlibat dalam mengelola program *indie air* ?
5. Siapa yang membentuk divisi dalam mengelola program *indie air* ?
6. Tolong Jelaskan jobdesk masing-masing divisi yang mengelola program *indie air*..
7. Mengapa program acara *indie air* dijadikan salah satu program spesial ?
8. Tolong Jelaskan alur dalam tahapan perencanaan program acara *indie air* mulai dari ide hingga persiapan pelaksanaan ..
9. Mengapa program acara *indie air* ditetapkan pada hari kamis jam 19.00 ? kenapa tidak dijadwalkan dihari yang lain ? tolong berikan alasan.
10. Mengapa program *indie air* berdurasi 2 jam ? kenapa tidak lebih lama atau lebih singkat ? tolong berikan alasan
11. Diambil dari mana topik pembahasan atau tema program acara *indie air* dan siapa yang menentukan tema tersebut ?
12. Kriteria guest seperti apa yang layak diundang di program *indie air* ? (band, individu, organisasi)
13. Tolong jelaskan alur dalam tahapan persiapan pelaksanaan acara mulai dari penentuan tema hingga pelaksanaan acara ..

14. Bagaimana upaya penerapan perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya agar pelaksanaan berjalan sukses dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan ? hal apa saja yang dilakukan dan tolong berikan alasan..
15. Tolong jelaskan SOP radio zora dan siapa yang menentukan SOP tersebut?
16. Hal apa saja yang dilakukan dalam mengevaluasi program *indie air* ?
17. Apa keuntungan yang didapat radio zora dari dibentuknya program acara *indie air* ?
18. Seberapa besar animo masyarakat terhadap program *indie air* (jumlah audiens dalam angka) ?
19. Apa yang menjadi parameter keberhasilan sebuah program ? khususnya program acara *indie air* ..

II. Pertanyaan Untuk Music Director

1. Kriteria musik *indie* yang seperti apa yang layak diputarkan deprogram acara *indie air* ? Apakah genre lagu mempengaruhi ? Apakah brand suatu band mempengaruhi ? tolong berikan alasan dan contohnya ..
2. Mengapa radio zora tidak memutar lagu dangdut, melayu dan tradisional sunda ?
3. Apa yang menjadi parameter kualitas sebuah musik *indie* itu bagus atau tidak ?
4. Lagu *indie* yang seperti apa yang dapat menarik minat pendengar ?
5. Dari mana program *indie air* memperoleh perbendaharaan lagu *indie* ?
6. Apakah *music instrumental* diputarkan di program acara *indie air* ? jika iya atau tidak tolong berikan alasan ?

Lampiran 2 Foto dokumentasi

Clossiana



(Sumber : Radio Zora 26 April 2016)

Meet Up Robinson



(Sumber : Radio Zora 26 April 2016)

Nissan Fortz



(Sumber : Radio Zora 26 April 2016)

