

**STRATEGI KREATIF PROGRAM PAGI-PAGI I RADIO JOGJA DALAM
MEMPERTAHANKAN PENDENGAR**

***CREATIVE STRATEGY OF RADIO PROGRAM "PAGI-PAGI" IN
I RADIO JOGJA TO PRESERVE THEIR LISTENERS***

SKRIPSI



**Disusun Oleh :
PERMANA IJTIHADI
20070530102**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2010**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang saya kutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

(Permana Ijtihadi)

KATA PENGANTAR

Untuk kesekian kalinya, saya harus mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas selesainya skripsi yang saya kerjakan dengan judul “Strategi Kreatif Program Pagi-Pagi I Radio Jogja Dalam Mempertahankan Pendengar”. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom). Tak lupa juga rasa terima kasih saya haturkan kepada para Dosen Pembimbing dan Dosen penguji yang dengan segala masukannya dapat membawa saya menjadi pribadi yang lebih baik.

Sebagai radio dengan seratus persen musik Indonesia, I Radio memiliki ciri khas dimana sebagai radio dengan urban style, mereka hanya memutar lagu-lagu dari negeri sendiri. Berbeda dengan radio lainnya yang secara komposisi lebih mengutamakan lagu dari luar negeri. Dengan begitu, I Radio dengan 5 jaringannya di berbagai kota memiliki kans untuk menjadi pionir di formatnya.

Program Pagi-Pagi I Radio Jogja merupakan contoh program acara radio dengan pembawaan siaran yang sarat informasi, penuh canda dan tawa, dewasa, namun tidak melupakan tradisi budaya leluhur yang sudah ada sejak lama. Dengan format yang diusungnya, Pagi-Pagi menawarkan diri menjadi teman bagi para masyarakat Jogja sebelum mereka memulai aktivitasnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Almighty God ALLAH SWT. Thanks for the blessing that given to my wonderful life.
2. The Prophet of Muhammad SAW.
3. Romoku tercinta, Iswarto Istanto, SE, MM (alm).
4. Ibuku tersayang, Sri Haryati.
5. My brother n sister, Indra Isharyanto dan Laila Indriasari (makasih support-nya terutama support dalam hal rupiah ☺).
6. Dekan dan segenap staff Fakultas ISIPOL UMY
7. Para Dosen dan Staff Departemen Ilmu Komunikasi UMY. Pak Aswad, Pak Zuhdan, Bu Yeni, Bu Muria Endah, Bu Tri, Bu Ratna, Mbak Firly, Mas Zein, Mas Krisna, Mas Fajar Jun, Mbak Anti, dan nggak ketinggalan Mbak Siti, Pak Jono dan Pak Muryadi.
8. LAB IK UMY. Mas Yuli & Mas Adit.
9. Teman-teman Ikom Radio well known as IKOM RANGERS Tomo, Ian, Teddy, Tete Mita, Dewi PS, Uki, Anom, Kerli, Radin, Frida, Budhi, Neng Fitri, Mey, Wulan, Danu, Kiki, Miftah, Nay, Entin, Rani, Indah, Nteet, Pelangi, Vera, Dessy, Rustam, Dilla, Ana, Bayu, Irfan, Adi, Bayu, Wafda, Tika, Mentari, Lasin, Winda, Anind.
10. Teman-Teman Broadcasting 07. Rio, Rico, Fikra, Yusril, Alan, Yudha, Eri, Chandra, Majid, Yasya, Deki, Alif, Anthi, Lia, Nisa, Icha, Dea, Grey, Sasa, Ria, Zayn, Abbas, Gugun.
11. Crew UMY TV Mukhtar 1 Abad Muhammadiyah, ke jogja kita kembali.
12. Teman-teman Komunikasi UMY angkatan 2007.
13. I Radio Jogja crew, mas Chrisseto Suryo Sidharto atas ijinnya, mas Sapto Utama atas data-datanya, mbak Tako Mintardja dan mas Degga Himawan buat cuap-cuapnya tiap pagi nemenin saya sampe saya jadiin skripsi ☺.
14. Teman-teman seperjuangan di Cristal Indonesia Manajemen. Mbak Yeti Kartikasari, Mbak Ariana Mitayani, Mbak Tikka Westri Kinasih, Pak Erwin Joshuara, Pak Risma Kusumanendra, Mba Deasy, Mba Lhiya, dll.
15. Teman-teman Anakkampus.org. Chang Dae Young a.k.a Vincent (thanks for sharing with me), Mbak Elisabeth, Mbak Risna, dkk.
16. temen-temen kos Lawang Ijo. Roman, Kikie, Ferry, Aji, Zayn, Fikri
17. Guglielmo Marconi yang udah nemuin radio sehingga saya bisa bikin skripsi tentang radio.
18. Anthony Robbins, David J. Schwarz, Robert Kiyosaki, Donald Trump, Warren Buffet, Mario Teguh, Ippho Santosa, Tung Desem waringin, Bong Chandra dan para motivator kelas dunia lainnya atas kata-kata motivasinya sehingga skripsi saya selesai ON TIME.

Life is a road, now and forever wonderful journey.
- Richard Marx -

*Do the best, expect the best,
Pray for the best, MIRACLE HAPPEN.*
- Tung Desem Waringin -

*Sesuatu yang tidak dikerjakan hari ini, tak akan
pernah selesai esok.*
- Johann Wolfgang Von Goethe -

*Orang beruntung adalah orang sial yang keras
kepala
dalam mengejar keberuntungannya*
- Bong Chandra -

Mudahkanlah, jangan dipersulit
- sabda Rasulullah SAW -

You better know what I've done, not me
- @permanaijes -

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Permana Ijtihadi

Strategi Kreatif Program Pagi-Pagi I Radio Jogja Dalam Mempertahankan Pendengar

Tahun Skripsi : 2011, 95 Halaman

Daftar Pustaka : 20 buku, 1 website

I Radio Jogja merupakan contoh dimana radio jaringan yang cukup bisa mempertahankan diri di tengah gempuran radio lokal yang memiliki penggemar setia yang cukup banyak. Salah satu cara yang digunakan mereka untuk bisa menarik hati masyarakat Jogja yakni dengan menyelipkan kata-kata berbahasa Jawa dalam siaran mereka. Ditambah lagi dengan memutar seratus persen lagu Indonesia, I Radio Jogja memiliki keunggulan dalam memikat hati masyarakat Jogja yang kritis, atraktif namun tetap menjunjung tinggi budaya asli mereka. Pagi-Pagi I Radio Jogja merupakan program andalan I Radio Jogja di waktu pagi hari yang mengudara pukul 06.00-10.00 pagi. Pagi-Pagi I Radio Jogja merupakan program dengan format *radio show* dimana dari satu program, pendengar akan mendapatkan segalanya. Mulai dari berita, perbincangan dengan topik terkini, hiburan berupa candaan atau *jokes* dari penyiar dan yang terpenting lagu-lagu Indonesia terkini. Di tengah maraknya persaingan radio lain di Jogja, I Radio sebagai radio jaringan memiliki strategi tersendiri untuk bertahan dalam kompetisi ini.

Metode Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan dianalisa secara kualitatif. Lokasi penelitian bertempat di I Radio Jogja, Jl. Wates KM.4 Ruko Pelem Guruh, Gamping, Sleman, DIY. Untuk pengumpulan data menggunakan wawancara dan studi dokumentasi berupa naskah dan *Company Profile*. Teknik analisa data menggunakan analisa data kualitatif.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara sederhana kita mengetahui bahwa di pagi hari umumnya orang-orang lebih sibuk untuk mempersiapkan diri untuk berangkat kerja, kuliah atau ke sekolah dibanding SMS sehingga mereka lebih berperan sebagai pendengar pasif. memfokuskan interaksi pendengar lewat kirim salam sejak dimulainya acara yaitu jam 06.00 atau setelah mereka sampai di tempat kerja atau kampus sekitar pukul 08.00 atau 09.00. Sementara untuk semakin menguatkan Brand Program Pagi-Pagi I Radio Jogja, mungkin bisa dibuat semacam komunitas pendengar Pagi-Pagi di facebook atau twitter. Hal semacam ini bisa digunakan untuk mempererat hubungan yang terjalin antara acara radio dengan pendengarnya.

Kata Kunci : Strategi Kreatif, Pendengar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN ABSTRAKSI.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I. Pendahuluan.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Pengertian Strategi Kreatif.....	8
2. Radio.....	10
3. Karakteristik Radio.....	12
4. Program Siaran.....	20
5. S-T-P-F-P.....	30
F. Metodologi Penelitian.....	37
BAB II. Gambaran Umum Perusahaan.....	40
A. Berdirinya I Radio.....	40
B. I Listeners.....	45
C. Visi dan Misi.....	46
D. I Penyiar.....	47
E. Program Harian.....	47
a. Pagi-Pagi.....	47

b. Sore-Sore.....	48
c. Malam-Malam.....	49
d. Program Akhir Pekan.....	49
F. Program Spesial.....	49
G. I Data.....	50
H. Tailor Made Program.....	51
I. Tarif Iklan I Radio Jogja.....	52
BAB III. Pembahasan.....	56
A. Sajian Data.....	56
I. Perencanaan Program Pagi-Pagi.....	58
II. Pelaksanaan Program Pagi-Pagi.....	66
III. Pasca Acara Pagi-Pagi.....	73
B. Pembahasan.....	75
A. Strategi Kreatif.....	76
B. Perencanaan Acara.....	81
C. Pelaksanaan Acara.....	84
D. Pasca Acara.....	86
E. S-T-P-F-P.....	87
a. Segmentasi.....	87
b. Targeting.....	89
c. Positioning.....	90
d. Formatting.....	91
e. Programming.....	92
BAB IV. Penutup.....	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Kritik dan Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.0 Logo I radio.....	45
Gambar 3.0 Laman akun facebook I Radio Jogja fanpage.....	70
Gambar 3.1 Laman akun twitter I Radio Jogja.....	71
Gambar 3.2 Salah satu segmen special Pagi-Pagi.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.0 Tarif Iklan I Radio Jogja.....	53
Tabel 2.1 Tarif Iklan Regular Time.....	54