

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Periklanan

Riris Wulandani

Strategi Kreatif Program Riot On Air Dalam Mempromosikan Musik Indie Oleh Radio Prambors

Tahun Skripsi: 2009.

Daftar Kepustakaan: 29 buku + 1 majalah + 5 sumber online

Studi ini berusaha menganalisis strategi kreatif program Riot On Air yang dijalankan oleh stasiun radio Prambors. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apa saja strategi kreatif yang digunakan oleh stasiun radio Prambors dalam mengembangkan program acara Riot On Air untuk mempromosikan musik indie. Selain itu juga untuk mengetahui apa saja yang merupakan faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan program acara tersebut. Ada beberapa teori yang digunakan untuk menganalisis strategi kreatif program Riot On Air oleh radio Prambors dalam penelitian ini. Dimulai dari proses kreatif dalam memunculkan ide-ide kreatif hingga pengolahan ide menjadi program acara. Ada beberapa tahapan yang dilalui oleh tim kreatif agar dapat menghasilkan ide-ide yang baru, kreatif, unik dan menarik. Ide tersebut kemudian diolah dan dikembangkan menjadi suatu strategi yang kreatif dalam menghasilkan dan mengolah program acara radio. Untuk menghasilkan strategi yang benar-benar kreatif, tim kreatif harus mengerti benar apa tujuan dari siaran program acara serta target audiens yang hendak dicapai. Beberapa perusahaan mungkin mempunyai tujuan yang sama tetapi strategi yang digunakan mungkin akan berbeda. Metode pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan dianalisis dengan triangulasi data dan teori. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah bahwa Prambors memiliki beberapa strategi kreatif dalam mengembangkan program Riot On Air untuk mempromosikan musik indie kepada audiens luas, yaitu dengan naskah yang berbeda, format siaran yang terbagi menjadi dua yaitu live dan reguler. Dimana pada sesi live beberapa band indie yang telah lolos seleksi akan bermain secara langsung dengan peralatan musik yang lengkap di studio Prambors. Kemudian, penyiar Riot yaitu Rian Pelor yang memiliki kemampuan membawakan acara dengan gaya yang khas. Strategi yang dikembangkan oleh tim Riot ini mampu membuat program acara Riot On Air menjadi unik dan berbeda dengan program musik indie di stasiun radio lainnya, namun strategi kreatif tersebut tidak sepenuhnya mampu mencapai tujuan dari disiarannya program Riot On Air yaitu mempromosikan musik indie kepada khalayak luas. Agar audiens yang dituju bisa menikmati musik indie yang ditawarkan melalui program Riot On Air, maka sebelumnya mereka harus mengetahui lebih dulu akan adanya program tersebut.. oleh karena itu, tim Riot juga perlu membuat promosi yang besarnya tergantung pada target yang dituju. Sementara, promosi yang dilakukan oleh tim Riot saat ini masih terbilang kecil mengingat target audiens yang ingin dicapai cukup besar, yaitu anak muda penikmat musik di kalangan kota Prambors berada

Muhammadiyah University of Yogyakarta

Faculty of Social Science dan Political Science

Departement of Communication Science

Consentration of Advertising

Riris Wulandani

Creative Strategy of Riot On Air Progame to Promote Indie Music by Prambors Radio

Year of research : 2009

Literature: 29 books + 1 magazine + 5 online resources

This study try to analize creative strategy of Riot On Air programe that develop by Prambors radio. This research aim to know what is the strategy of Prambors radio to develop Riot On Air programe to promote indie music. Also to know what is the supporter and pursuer factors in developing of the programe. There are some theories used to analized in this research. Begin with the creative process to find ideas until prepare those ideas bécame a programe. Some stage that Riot team has passed in creating creative, unique and intersting ideas. Those ideas developing become a creative strategy to produce a radio programe. To create creative strategy, the team must undertstnd what is the goal of the programe also the target audience. Some company may have the same purpose but the strategy that used might be different. Methode in this research is descriptif qualitative and analized by data triangulation. Result from this research show that Prambors have some creative strategy. That is different script, broadcast format shared in two sesión, live and reguler. At live sesión, selected indie bands would playing their music using complete music instruens at Prambors studio. Not only bands from Jakrta, but also from other cities where Prambors exist. Then, Riot announcer is Rian Pelor who has the ability to announce with his own special style. Those strategy could made Riot On Air become unique and different program than other radio stations. But, those creative strategy are not completely the goal, to promote indie music in to the wide audience. To made the audience acept and feel about indie music through Riot On Air programe, they have to know about the programe first. Therefore, Riot team need to prepare promotion according to the target audience. While, promotion that already done by Riotteam still in small number remain the ataget audience is wide enough that is Young music consumer at eight cities Prambors