

LAMPIRAN

Interview M. Amirullah sebagai Direktur Swaragama FM

1. Peran mas amir sebagai direktur swaragama fm?

Business developer, bertanggung jawab dalam pengembangan bisnis, bertanggung jawab terhadap program acaranya, bertanggung jawab terhadap semua strategi perusahaan.

2. Swaragama fm banyak dicitrakan sbg anak muda, namun fdalam pandangan anda seperti apa?

Sebenarnya radio anak muda itu positioning lama, istilah2 tersebut dipakai oleh radio-radio lama. Jika kita bicara ttg segmentasi radio atau format radio, sebenarnya tidak ada sebutan sebagai radio anak muda, karena ditentukan oleh ciri-ciri program atau musiknya, Cuma terkadang dari segi musik ada music yang digemari anak muda, nah dari situlah anggapan radio sebagai radio anak muda. Karena sebenarnya positioning dan segmentasi radio anak muda tidak sepenuhnya benar. Sebagai contoh, ketika kita bicara format program, format news misalnya, disitu isi dari format programnya adalah lebih banyak berita, dulu unisi pernah menjadi radio dengan format berita, itulah contoh format yang didasarkan dari program acaranya. Ada format format radio yang lain yang didasarkan pada musiknya. Maka dari itu kita mengenal contemporary adult radio kemudian ada top 40 yang memutar lagu-lagu baru, itulah yang dulu disebut radio anak muda, karena memutar lagu lagu baru.

Kemudian ada juga middle of the road, dan macam macam lainnya. Namun biasanya dikelompokkan pada 2 kelompok besar, yaitu dari sisi program acara atau dari sisi musiknya. Untuk swaragama fm sendiri sebenarnya tidak benar-benar murni dicitrakan sebagai radio anak muda, karena dari segmentasi usia swaragama dari usia 15-35 tahun, dan komponen intinya ada di usia 18-25 tahun, namun pada prakteknya, dalam segi music tidak akan berhenti di usia 18-25 tahun saja, karena kita memiliki range pendengar di usia hingga 35 tahun.

3. Apa Dasar strategi positioning Swaragama?

Kita mulai dari pembahasan segmen dulu.

Segmen A, 15-20.

Di segmen ini sebenarnya ada 2 karakter yang berbeda, usia 15-17 awal awal masuk SMA, dan SMP, namun untuk usian 18-20, sudah beranjak menjadi dewasa muda, sudah ingin diidentikan sebagai mahasiswa, namun kedua range umur tadi memiliki kesamaan dari segi psikografi, mereka samasama ingin muncul, ingin eksis, dan ekspresi. Segmen ini dibutuhkan radio untuk mengklaim massa ketika mengadakan konser, atau kegiatan off air yang membutuhkan banyak massa. Maka dari itu swaragama harus memiliki segmen pendengar ini.

Segmen b. 20-30

Segmen ini disebut sebagai segmen pasif. Dicitrakan sedang berkuliah, biasanya di semester semester akhir, atau sudah masuk ke usia kerja, ini juga dibutuhkan oleh radio meskipun mereka dari segi interaksi lebih tenang, tidak seramai segmen a tadi. Segmen usia ini akan muncul interaksi ketika ada program program yang lebih dewasa, seperti konsultasi-konsultasi, talkshow, dan sebagainya, yang lebih dewasa,

Segmen c. 30-35

Segmen ini sudah tidak diakomodasi dalam program siaran, tetapi secara music, mereka masih akan tetap diakomodasi, mengapa? Karena pada usia 30-35 mereka sudah tergolong usia- usia yang sudah bekerja untuk memenuhi kebutuhan. Di usia ini mereka sudah mulai bernostalgia, zaman kuliah, zaman sma, bahkan sebagian sudah memiliki anak. Namun masih bsa mengikuti lagu2 baru. Di usia ini, jika kita asumsikan mereka lulus kuliah umur 22-23 tahun berarti mereka sudah 15 tahun bekerja. Di usia 15 tahun pekerjaan, biasanya mereka sudah menduduki jabatan-jabatan tinggi di perusahaan. Oleh karena itu kita harus mengambil mereka sebagai pendengar, karena jika bicara tentang bisnis, akan lebih mudah bagi marketing untuk bisa menggunakan mereka sebagai klien karena kita tidak akan lagi menjelaskan apa itu swaragama karena mereka sendiri mendengarkan swaragama. Jadi membuat klien familiar dengan swaragama melalui jalan mengakomodir lagu-lagu di zaman klien

sangat menguntungkan. Dari situlah didapat jawaban bahwa sebenarnya radio swaragama sebenarnya tidak murni sebagai radio anak muda.

Radio anak muda biasanya diidentikan dengan format CHR atau top 40, dan swaragama sebenarnya lebih memiliki range basis pendengar yang lebar karena menggabungkan Adult contemporary dan chr dan juga top 40.

Radio swaragama berkembang tidak hanya sbg radio saja

Ketika membangun sebuah radio, akan sangat terbatas kegiatan yang dilakukan, dan kebanyakan akan berpusat di kegiatan on air, dan media promosi yang bisa dilakukan kebanyakan hanya berbentuk media barter dengan klien.

Swaragama spro jogfam my magz stc. Kesemua brand itu memiliki tujuan bisnis, tapi disisi lain, stc, my magz dan spro merupakan brand support dari swaragama fm. Anak bisnis ini mencoba untuk masuk kedalam lini yang tidak bisa dimasuki sebuah radio. Salah satu contohnya adalah yang STC yang merupakan branding swaragama fm dengan mengunggulkan program trainingnya yang bisa masuk ke semua lini yang tidak bisa dimasuki oleh radio. Misal, Pertamina, yang jika swaragama FM berbisnis dengan Pertamina, hanya sebentar iklan, adlibs dan juga interview atau talkshow, lebih jauh STC bisa bekerjasama sebagai training center dengan memberikan jasa training public speaking, dan STC secara tidak langsung membawa brand Swaragama FM ke lini yang tidak bisa dijangkau oleh Swaragama FM. Jadi swaragam fm bisa memasuki segmen yang lebih luas yang tidak hanya soal radio saja namun juga bisa

merambah ke bisnis lainnya, namun tetap menggunakan bendera swaragama. Spro pun memiliki peran sebagai supporting swaragama, dengan basic bisnis sebagai even organizer, spro bisa merambah ke klien yang membutuhkan jasa EO seperti sampoerna, Pizza Hut, dan lain-lain, dengan tetap membawa swaragama bersamanya. Ke lembaga pendidikan, ke instansi korporat, dan ke instansi atau lembaga lainnya tanpa membawa label radio.

Swaragama melakukan promosi untuk memperkuat brand utama yaitu swarama FM dan menjadi top of mind di Yogyakarta. Strategi untuk melakukan hal tersebut tidak hanya dilakukan penguatan di radionya sendiri tapi juga dengan memanfaatkan anak bisnis lainnya untuk masuk ke wilayah yang cakupannya lebih luas yang mana bisa membantu swaragama fm masuk ke lini yang tidak bisa dimasuki sebuah radio.

Membangun unit usaha, selain sebagai strategi bisnis juga merupakan strategi branding swaragama fm untuk bisa lebih kuat dan melebarkan segmen lebih luas lagi.

4. Swaragama dipandang sebagai radio nomor 1 di jogja, dari segi apa saja?

Parameter swaragama sebagai radio nomor 1 di jogja memiliki 3 aspek penilaian, yaitu,

1. Radio 2. Pendengar 3. Pengiklan. (dibikin grafik)

Radio memiliki tujuan utama untuk melayani pendengar, akhirnya pendengar mendengarkan radio, Ada beragam cara untuk melihat jumlah pendengar sebuah

radio, seperti ac Nielsen, survey streaming online dan lain lain. Namun jika berbicara tentang ac Nielsen, yang menggunakan survey rating radio siaran, swaragama fm tidak bisa menjadi nomor satu didalamnya, karena system survey yang digunakan ac Nielsen memiliki persyaratan tersendiri untuk para respondennya yaitu adalah residen. Dimana responden ac Nielsen harus memiliki KTP sebagai penduduk di kota tersebut. Kemudian yang kedua adalah family, yaitu faktor keluarga juga akan ikut menjadi bahan survey di AC Nielsen.

Ini yang membuat swaragama tidak bisa menjadi radio dengan jumlah pendengar yang banyak versi AC Nielsen karena sebagian besar pendengar swaragama fm jika dilihat dari range usia utama yaitu 18 – 25 tahun sebagian besar adalah Mahasiswa. Dimana Mahasiswa di Yogyakarta didominasi dari luar Jogja atau perantauan, dengan tempat tinggal beragam seperti di kos, kontrakan, apartemen dan lain-lain. Selain AC Nielsen swaragama memiliki beberapa survey pendengar yaitu survey dengan JogjaStreamers.com, Streaming online di dengerin.swaragamafm.com dan aplikasi streaming di smartphone dan juga program Swaragama Broadcasting Program tahun 2016. Dari survey-survey tersebut swaragama FM bisa melihat berapa banyak pendengar bahkan jika dilihat dari Jogjastreamers.com swaragama FM setiap hari menduduki top 3 radio dengan pendengar terbanyak. Selain itu swaragama FM juga mengelola sosial media dengan baik sehingga pendengar bisa berinteraksi menggunakan beragam pilihan sosial media yang dimiliki Swaragama FM seperti Youtube, Facebook, instagram, Twitter, line, Whatsapp, website resmi dan juga sms

serta telpon. Bahkan dengan fasilitas yang ada sekarang swaragama FM menggunakan aplikasi Live Streaming video di sosial media Instagram.

Dari segi iklan, meskipun tidak ada data valid perbandingan antara tiap radio dalam mendapatkan keuntungan dari pengiklan, berdasarkan pengalaman pribadi Amir, dilihat dari berapa banyak pengiklan yang masuk ke swaragama FM, serta pengiklan luar jogja yang masuk ke Radio-Radio Jogja, swaragama FM menjadi list utama brand-brand ternama untuk diajak bekerjasama. Dan juga ada satu contoh yang bisa menjadi acuan bahwa swaragama diminati oleh pengiklan yaitu jumlah tagihan di agency yang bekerjasama dengan swaragama fm dan banyak radio lain di jogja. Di agency ini jumlah tagihan yang dimiliki swaragama fm bisa mencapai ratusan juta sementara radio-radio lain seperti Geronimo fm, jiz, Retjo bunting dan lain-lain hanya kisaran puluhan juta saja. Itu mengindikasikan bahwa swaragama fm banyak melakukan kerjasama dengan klien khususnya yang berhubungan dengan agency ini untuk bisa mengadakan event-event besar. Dan swaragama sering melakukannya dibanding dengan radio lainnya.

5. Adakah Tahapan atau *rules* yang wajib dimasukan kedalam program?

Kunci yang dipegang untuk menjadi dasar pembuatan program Dalam programing swaragama fm merupakan perkawinan antara chr dan adult contemporary. Swaragama harus memasukan news kedalam program yang ada meskipun hanya berkisar 10 %

a. Pembedaan musik.

PD harus membuat personifikasi pendengar. Personifikasi pendengar dibuat berdasarkan data media. Personifikasi pendengar adalah bagaimana kita bisa melihat ciri-ciri yang ada di pendengar melalui data media yang ada, seperti pendidikannya, usia, gaya bahasa, pergaulan, hobby, lifestyle, pekerjaan, kesukaan, SES dan lain-lain kemudian menggambarannya dan mengasosiasikannya menjadi satu orang tertentu. Ketika personifikasi pendengar ini sudah menjadi satu sosok, maka akan mudah melihat apa yang dia suka, apa yang tidak disukai, kecenderungan musiknya seperti apa, dan itulah yang akan menjadi patokan dalam membuat program.

b. Format music

Secara garis besar, Swaragama dianalogikan sebagai pelayan, yang harus memberikan pelayanan kepada konsumen dengan memberikan produk yang ada di swaragama. Dalam hal ini pendengar dianggap sebagai konsumen dan lagu adalah produk. Swaragama harus bisa melayani konsumen dengan memberikan apa yang diinginkan oleh konsumen. Swaragama FM tidak akan memberikan hal yang tidak disukai oleh konsumen. Oleh karena itu, swaragama FM harus tahu, apa yang diinginkan oleh konsumen. Swaragam tidak akan mencoba-coba untuk memberikan apa yang dianggap disukai oleh swaragama fm sendiri namun nyatanya tidak disukai oleh konsumen. Itulah analogi sederhana swaragama FM sebagai hits player dan bukan sebagai Hits Maker. Karena lagu yang diputarkan di Swaragama FM

merupakan lagu-lagu yang disukai pendengar dengan kriteria lagu tersebut populer, bisa dinyanyikan atau dikenal pendengar dan menjadi sebuah lagu flashback. Penjelasannya adalah sebagai berikut.

Format lagu yang diusung di swaragama fm juga merupakan perkawinan chr atau top 40 dengan adult contemporary. Ini juga berkaitan dengan range pendengar swaragama fm yang mana jika hanya disebut sebagai radio CHR, swaragama memiliki pendengar dengan range usia 25-35, namun jika hanya disebut sebagai AC, swaragama FM memiliki pendengar dengan range usia 15-25 tahun. Oleh karena itu, pemilihan lagu yang ada pun juga menggabungkan dua unsur format tersebut. Di era 80-90an top 40 sangat digemari, karena media yang menyajikan program yang memutarakan music-musik baru hanya radio. Di televisi jarang memutarakan lagu-lagu baru, dari sinilah radio menjadi sumber acuan pendengar untuk mendengarkan lagu baru sebelum akhirnya memutuskan untuk membeli lagu-lagu di toko kaset. Jadi pada tahun itu, muncullah persaingan antara radio untuk berlomba2 memutarakan lagu yang paling baru. Namun itu tidak relevan lagi sejak internet mendominasi. Itulah alasan yang menjadikan format top 40 sekarang sudah tidak relevan lagi digunakan murni untuk format radio, karena jika pendengar ingin mendengarkan lagu baru, mereka bisa dengan mudah mencarinya di internet, dan akan jauh lebih efisien ketimbang harus mendengarkan radio dan belum tentu lagu baru yang diputarkan disukai. Sebagai contoh, ketika pendengar tahu bahwa ada lagu Bruno mars, maka akan sangat efektif ketika mereka mencarinya di internet, daripada harus menunggu lagu

Bruno mars diputarkan di radio atau bahkan rekues lagu tersebut melalui radio karena bisa jadi lagu tersebut sudah diputar sebelumnya atau jika harus menunggu diputarkan akan memakan waktu lebih lama. Seperti itulah kelemahan radio top 40 murni kini semakin jarang digunakan radio. Meskipun sebenarnya usia 15-25 adalah usia dimana mereka butuh mendengarkan lagu-lagu baru, namun sekarang sumber lagu sudah tidak hanya dari radio saja, ada banyak sumber lainnya yang jauh lebih mudah diakses oleh mereka. Sehingga strategi yang dilakukan adalah memutar lagu lagu yang populer, yang mana lagu-lagu tersebut sudah mereka kenali, dan juga ada lagu-lagu yang sebenarnya mereka tidak terlalu suka namun mereka tahu dan tidak terpikir akan diputarkan. lagu-lagu tersebut biasanya adalah lagu-lagu populer yang jarang diputar tapi menjadi surprise bagi pendengar karena mereka sempat lupa namun akhirnya ketika diputarkan mereka ingat kembali dengan lagu-lagu tersebut. Itulah kelebihan yang bisa dimanfaatkan oleh radio, yaitu memberikan lagu-lagu kepada pendengar yang mereka sempat lupakan namun teringat kembali ketika mendengarkan radio.

c. Perbedaan adult contemporary dan chr

Adult contemporary adalah percampuran antara middle of the road dan top 40. Middle of the road untuk zaman sekarang lagu-lagunya berkisar antara tahun 1990an hingga 2005. Dan top 40 lagu lagu baru. Dan adult contemporary, menggabungkan dua jenis lagu tersebut menjadi satu. Swaragama FM menggunakan pendekatan format ini dibandingkan murni top 40. Meskipun swaragama fm masih

mengakomodasi lagu-lagu baru yang belum populer sebagai insert saja di segmen swaragama music spotlite. Yang gunanya untuk mengakomodasi lagu-lagu top 40 meskipun persentasenya hanya sedikit. Secara umum adult contemporary memainkan lagu dari 2010 sampai 2013. Namun, swaragama fm memiliki range lagu yang luas yaitu antara 1990-2017 yang mana lagu-lagu tersebut diramu sedemikian rupa sehingga akan tampak baru namun tidak semuanya baru, oldies namun tidak terkesan lagu lama.

Salah satu ciri top 40 adalah tidak memperhatikan alur beat lagu, sementara di adult contemporary murni harus memperhatikan alur beat lagu. Sebagai contoh di top 40 akan sah- sah saja menggabungkan lagu Ed Sheeran – Shape of you (beat Up) dengan lagu Coldplay – Everglow (Beat Slow) karena kedua lagu tersebut sama populer, namun tidak halnya dengan Adult contemporary yang mana didalamnya pemilihan alur beat sangat diperhatikan. Untuk lagu yang memiliki beat up akan disejajarkan dengan lagu yang sama-sama memiliki beat up, begitu juga sebaliknya dengan lagu yang memiliki beat slow, tanpa memperhatikan lagu itu apakah lagu lama atau baru.

Dan swaragama menggabungkan kedua format tersebut sehingga hasilnya lagu-lagu yang ada tidak harus memenuhi aspek alur lagu namun juga memasukan lagu baru yang ada dan untuk transisi per lagu apabila berbeda beatnya bisa diakali dengan memasang jingle atau sweeper atau transisi agar alur lagu dari lagu beat up ke beat slow tetap terjaga.

Untuk pemilihan lagu, ada konsep 3 on 3. 1. Tahun release 2. Beat/genre 3. Popularity

1. Tahun release : penyiar harus bisa mengkombinasikan lagu dengan berbagai variasi tahun release. Mudahnya, dalam playlist 1 jam, penyiar harus memasukkan lagu dari era 2017 atau terbaru, era 2000-2010 dan lagu dari era 1990-2000an dengan catatan playlist tersebut tidak boleh terkesan terlalu baru, atau terlalu tua. Jadi harus seimbang.

2. beat / genre : penyiar harus memiliki sense untuk membedakan beat lagu dan genrenya. Disini, alur beat harus diperhatikan. Dalam 1 jam pemutaran playlist, lagu yang muncul tidak boleh didominasi beat tertentu atau genre tertentu. Tetapi harus seimbang dan menyesuaikan pola kegiatan pendengar. Seperti contohnya pagi hari, pendengar cenderung akan mendengarkan lagu lagu yang beatnya up untuk meningkatkan semangat. Kemudian di siang hari, pendengar cenderung akan mendengarkan lagu-lagu dengan beat medium dan slow karena sedang istirahat dan begitu pula dengan malam. Oleh karena itu mood lagu harus diperhatikan.

3. popularity : ini sedikit subyektif antara penyiar apakah lagu yang diputarkan populer atau tidak, namun setidaknya harus ada kesepakatan antara para penyiar untuk melihat apakah lagu ini benar-benar populer di eranya atau tidak. Ada sebutan wow effect, yaitu bagaimana sebuah lagu populer bisa membuat orang teralihkan dan bisa ikut bernyanyi atau Sing along. Dan kemudian ada lagu yang menjadi The

soundtrack of your life atau lagu-lagu flashback, lagu ini memiliki peran untuk membawa lagi momen-momen tertentu dari pendengar yang tersimpan di dalam lagu. Dewa – Kangen salah satu lagu yang bisa membawa momen masa-masa 90an bagi para pendengar. Tapi yang harus diperhatikan, lagu-lagu populer yang muncul, tidak boleh spesifik, tetapi harus lebih umum dan bisa diketahui oleh semua orang.

Interview Tika Yusuf sebagai Program Director

1. Apakah pendengar swaragama fm merespons?

Sekarang trend radio terutama radio anak muda itu berubah, jadi, tidak seperti dulu, saat ketika kita lempar topic atau lempar case akan langsung banyak yang merespon. Namun sekarang tidak, jadi jika dilihat dari kuantitas, sangat berkurang jauh. Namun dalam konteks mereka memberi feedback, iya mereka memberi respons atau feedback, namun dari segi kuantitas, feedback tersebut tidak sebanyak yang dulu.

2. Swaragama memiliki program primetime?

Ada 3 program. Mengikuti survey yang ada di Nielsen dan mengacu pada radio radio Jakarta, jadi pembagiannya adalah prime time pagi, prime time sore dan prime time malam yaitu your friends, sunset drive dan juga dreamland.

3. Seberapa kuat peran program prime time untuk meningkatkan pendengar?

Secara teori seharusnya program prime time adalah program yang didengarkan paling banyak, namun kita tidak pernah tahu apakah program prime time itu didengarkan terbanyak antara program lain atau tidak, biasanya untuk melakukan pantauan harian, kita menggunakan aplikasi streaming. Jika di aplikasi streaming program yang ada di prime time pagi justru “kalah” dengan program yang ada di jam regular., yaitu the soundtrack. Jarak pendengar antara prime time pagi yaitu your friends dan program regular yaitu the soundtrack bisa antara dua kali hingga tiga kali lipat peningkatan jumlah pendengarnya. Jadi jika menggunakan aplikasi streaming, pendengar lebih

banyak 3 kali lipat di program regular yaitu the soundtrack ketimbang program prime time yaitu your friends. Namun demikian, di program pagi kita memaksimalkan, karena mostly orang mendengarkan radio juga dipagi hari, sebelum mereka beraktivitas. Jika signifikansi, msih belum ada data yang bisa mengklaim bahwa program prime time pagi itu bisa mengangkat image swaragama secara keseluruhan. Karena data yang ada selama ini justru program regular yang mengangkat image jika kita berbicara berdasarkan perolehan data pendengar melalui aplikasi streaming.

4. Iklan, seberapa banyak porsi iklan dalam satu program?

Semua program bervariasi, jika untuk jumlah maksimal di program primetime, 20 slot iklan dalam satu jam, sekitar 20 menit, namun dalam kurun waktu 1 tahun, hamper jarang ditemui, kecuali saat puasa, itupun juga tidak sampai 20 slot, rata2 15 slot perjamnya. Sementara untuk program regular, 5-8 iklan per 1 jam. Mostly di 5 iklan perjam.

5. Apa strategi swaragama untuk menjaga pendengar agar betah mendengarkan swaragama

- a. Jika kita berbicara time span listening, berarti berhubungan dengan apa saja yang kita on air kan, yaitu 1. Durasi untuk setiap comment penyiar di prime time maksimal 90 detik, bahkan bisa 60 detik, dan hal tsb dijadikan standart. Boleh hingga 120 detik jika penyiar membacakan adlibs yang panjang. Sementara untuk program regular, penyiar dianjurkan untuk comment cut to

cut, yaitu comment diatas outro dan intro lagu, jika ada jeda diantara keduanya, diharapkan tidak lebih dari 5-10 detik saja. Hal ini untuk menghindari pendengar merasa bosan karena penyiaranya terlalu banyak berbicara. Itu dari sisi durasi comment.

- b. pilihan lagu, lagu yang diputar harus benar benar dipilih. Kita memiliki satu formulasi khusus, dimana didalam sebuah playlist berisikan bukan hanya lagu baru saja tapi juga ada lagu kenangan pendengar, tanpa terkesan sangat baru dan tanpa terkesan oldies atau tua.
3. Materi comment, jika penyiar tidak memiliki materi comment yang bagus, ada baiknya jika diputarkan lagu yang sesuai dengan formula diatas saja, sehingga pendengar tidak merasa bosan dengan comment penyiar yang tidak sesuai atau kurang menarik. Sehingga penyiar harus pintar2 memilah bahan comment apa yang bagus dan sesuai untuk di siarkan. Kemudian di program prime time kita memiliki kuis kuis ringan, yang hadiahnya bisa berupa pulsa, kemudian isi bensin gratis, kemudian saat valentine kemarin kita punya hadiah kepada pendengar untuk bisa merayakan valentine di salah satu hotel berbintang 5 di jogja, kemudian kita juga bekerjasama dengan klien untuk mentreatment pendengar untuk bisa menikmati fasilitas dari produk klien semisal klien tsb adalah produk kecantikan, swaragama fm akan mentraktir si pendengar untuk menikmati produk kecantikan dari klien tsb dst. Harapannya jika human resourcesnya memadai, kita ingin melakukan aktivasi2 off air ayng melibatkan pendengar,

namun untuk sekarang belum secara aktif atau sering melakukan aktivitas tsb karena kurangnya sdm.

c. swaragama memberikan treatment kepada pendengar dalam bentuk hadiah

6. Dalam pembuatan program, apakah swaragama membuat program yg tdk bsa ditemukan di radio lain atau membuat program yg sejenis dgn radio lainnya namun diberi variasi?

Untuk pembuatan program, swaragama mengikuti pola pola kebiasaan umum anak muda yang ada dijogja, seperti contohnya jika pagi hari, bagaimana kita membuat program yang dinamis, kemudian up to date, dengan comment yg tidak bertele tele, seru dan fun, siang karena mostly orang sedang bekerja, kita akan memberikan lebih banyak music, dengan sedikit konten, dan disisipkan berita. Sore ketika sudah selesai beraktivitas, kita kembali seperti program pagi lagi, yaitu dinamis, up to date dan dengan komen yang seru. Kemudian malam hari, ada acara curhat yang bayangannya ketika malam pendengar sudah mulai cooling down. Kesemua itu, mengacu pada rutinitas pendengar dan swaragama sebisa mungkin mensuplai apa yang jadi demand mereka.

Swaragama berpatok untuk mengikuti *habit* pendengar, sementara jika di radio lain, mereka mencoba meyajikan satu hal yang cukup *trend* di komunitas mereka. Contohnya ada radio yang bisa menghadirkan blues, ada radio yang bisa menghadirkan drama radio, ada radio yang bisa melakukan akustikan di café, justru

radio-radio seperti itu merasa membuat program yang baik untuk pendengarnya dari sisi mereka, namun berbeda dengan swaragama yang mengarah kepada bagaimana rutinitas keseharian pendengar, baru kemudian untuk program akan mengikuti *habit* atau kebiasaan pendengar tersebut setiap harinya.

7. Swaragama disiarkan live 24 jam, kemudian adakah pembeda materi di setiap program?

Sebenarnya program prime time pagi dan sore mostly hampir sama, bahkan untuk penyiar program primetime pagi dan sore sebanyak 5 orang, mereka akan digilir bergantian untuk siaran pagi dan sore, jadi sebenarnya mood yang dibangun di program pagi dan sore secara umum sama saja. Namun secara pembawaan menyesuaikan dengan karakter dari penyiarnya masing masing. Untuk program prime time malam, akan lebih kalem. Dan untuk program siang, peyiarnya dituntut untuk pandai memix dan memiliki knowledge lagu yang luas, dan memiliki skill untuk memilah milah lagu yang cocok diputarkan di siang hari.

8. Pemilihan music di per program apakah ada perbedaan?

Jika program regular yaitu tsoyl, membangun mood lagu yang memberikan ornament lagu yang baru, tapi juga tidak meninggalkan lagu lama, namun dalam packagenya lagu yang muncul tidak boleh terkesan lagu baru semua atau terkesan lagu-lagu lawas, namun dibutuhkan kombinasi yang pas hingga pendengar bisa merasakan lagunya, pendengar harus bisa ikut bernyanyi dan terbawa suasana lagu, dan

setidaknya pendengar bisa bersenandung dengan lagu yang sedang diputar. Gambaran luasnya, program the soundtrack mengajak pendengar untuk bisa “karaoke” menyanyikan lagu2 yang sedang diputarkan.

9. Sementara untuk program pagi dan sore, mood lagu yang dibangun adalah lagu yang bertempo medium dan up beat, namun tidak meninggalkan kesan populer.

Untuk program malam, mood lagu yang dibangun lebih slow dengan lagu yang bertempo medium dan slow beat, dan juga diselingi lagu lagu yang membuat pendengar bisa flashback namun playlist yang dibuat tidak boleh terkesan tua.

Jadi setiap program memiliki perbedaan format dan mood yang dihasilkan melalui lagu-lagu yang diputar, namun untuk program prime time pagi dan sore kurang lebih sama karena sama sama membangun semangat pendengar.

10. Di swaragama adakah program yang mewadahi adanya berita hard news?

Ada, yaitu swaragama updates yang merupakan berita terikini baik nasional maupun mancanegara yang diputarkan di jam jam tertentu yaitu pukul 6 pagi, 10 pagi, 12 siang, 2 siang dan 4 sore. Namun meskipun kontennya adalah hard news, cara penyampaiannya tidak melulu harus formal dan seperti pembaca berita, namun lebih santai dan casual.

11. Adakah program yang mewadahi untuk diadakannya talkshow?

Talkshow biasanya dilakukan di program prime time pagi dan sore, untuk jam regular, dari pukul 10-4 sore tidak boleh ada talkshow, kecuali jika urgent, dan orangnya important, ex: artis datang, atau pejabat datang, maka boleh saja talkshow di jam regular, namun juga harus dipilih dan disesuaikan. Meski begitu, dalam kurun satu bulan biasanya pasti ada talkshow untuk prime time, dan program regular.

12. Slogan dari swaragama fm?

The soundtrack of your life

13. Image yang ingin dibangun sebagai radio yang seperti apa?

Radio yang mampu untuk menjadi teman dari pendengar, maka itu program mengikuti keseharian pendengar. Dan juga swaragama tidak ingin menjadi sebuah hits maker, melainkan menjadi hits player jadi pendengar tidak perlu khawatir tidak bisa ikut menyanyikan lagu yang diputar karena lagu terdengar asing atau belum pernah didengar sebelumnya. Semua lagu diramu sedemikian rupa agar semua bisa bernyanyi ketika lagu diputarkan.

Harapannya adalah swaragama bisa hadir menjadi radio anak muda yang “hadir “di kerumunan anak muda itu sendiri, hadir di kerumunan dalam artian yaitu berada ditengah tengah komunitas komunitas yang ada dijogja. swaragama masih belum

bisa hadir ditengah tengahnya, dan belum bisa memfasilitasi komunitas komunitas untuk bisa berada di swaragama fm.

14. Pernahkan swaragama melakukan monitoring ke radio lain?

Jika melakukan monitoring ke radio lain untuk menjadikannya percontohan, swaragama tidak melakukannya karena swaragama memiliki model sendiri. Hanya saja jika untuk memantau kira-kira di jam jam tertentu radio lain melakukan apa, dan bagaimana respons pendengarnya? Hal seperti itu masih dilakukan di swaragama.

15. Bahasa siaran yang digunakan penyair swaragama dan air personality

Smart, mature fun and friendly.

16. Program siaran yang menjadi highlight?

The soundtrack of your life.

17. Swaragama pernah melakukan kegiatan off air?

Membuat hadiah untuk pendengar, kuis dari on air, treatment pendengar dengan membelikan produk klien kepada pendengar, konser mini showcase setiap tahun,

18. Competitor swaragama fm utk dijogja, nasional siapa?

Untuk radio yang melabeli dirinya sebagai radio anak muda, jelas menjadi competitor swaragama fm, namun untuk dijogja swaragama fm memiliki satu rival yaitu Geronimo sementara nasional yaitu radio prambors.

19. Program siaran seperti apa yang ingin ditawarkan oleh swaragama fm?

- Sesuai dengan aktivitas pendengar dan sesuai dengan trend yang ada
- Program yang segar, dalam artian, program itu tidak harus baru, namun penyiar dalam setiap program diharapkan dapat memberikan sudut pandang sudut pandang yang baru, jadi program yang ada harus bersifat segar meskipun konten yang diberikan adalah common things yang biasa di gunakan sehari-hari.
- Program yg ada mampu menjadi wujud dari sinergi antara on air, off air dan online,

20. Apa yang diinginkan swaragama fm ketika audiens pertama kali mendengar swaragama?

- Swaragama fm adalah radio yang memutar lagu lagu yang enak didengar
- Penyiarnya asik.

21. Apakah radio swaragama fm adalah radio terbaik dan tidak ada pesaing?

Untuk radio terbaik iya, namun untuk pesaing, swaragama fm masih ada pesaing

22. Apakah swaragama memiliki hal yg superior yang membedakannya dengan radio lainnya?

Ya, swaragama memiliki power media sosial yang kuat dan paling besar yang ada di jogja, ini bisa dibuktikan dengan jumlah followers, interaksi, dan variasi sosial media swaragama fm dibanding dengan radio lainnya,

23. Selain itu, jika dibandingkan dengan radio lokal, swaragama memutar lagu yang lebih nyaman didengarkan ketimbang dengan radio radio lokal lainnya. Mulai dari flow lagu, mood yang dibangun serta popularitasnya.

Swaragama fm no 1, memiliki saingan, dan tidak bisa disamakan dgn radio lainnya. Swaragama fm menjadikan patokan audiens dalam membuat program2nya

24. Swaragama ini termasuk kategori radio apa?

Swaragama fm termasuk radio di kategori top 40, karena swaragama memutar lagu lagu yang kekinian dan populer, namun juga radio swaragama bisa dikategorikan sebagai radio adult contemporary, karena radio swaragama fm mengatur beat lagu dan memilah milah berdasarkan mood dari lagu, yang mana apabila radio yang murni masuk kategori top 40 tidak akan mengatur lagu seperti itu.

25. Melihat habit anak muda dari segi apa? Apakah ada riset sebelumnya?

Segi kebiasaan anak muda yang ada di jogja sehari hari, jadi seperti contohnya mereka berangkat ke sekolah, kampus, kantor di pagi hari, istirahat disiang hari dan pulang disore hari, kemudian bersiap untuk istirahat dimalam hari. Jadi semua itu sudah berdasarkan riset yang dilakukan oleh swaragama fm sendiri.

Interview Bonny Prasetya sebagai *Music Director*

1. swaragama fm dikategorikan sebagai radio apa?

Ada istilah CHR contemporary hot radio, ada adult contemporary, lebih ke radio dewasa muda, namun istilah itu digunakan di era 90an-2000, namun itu terjadi di amerika, di Indonesia pada saat itu belum terlalu segmented, walaupun ada beberapa yang sudah segmented. Untuk swaragama fm sendiri, kami adalah radio CHR, atau *Contemporary Hits Radio*, jadi ini lebih mengerucut ke radio anak muda lah, namun sekarang pasar di Indonesia sudah berubah, sudah tidak lagi dikotak kotakkan dengan sebutan top 40, atau CHR. Sekarang, apa yang pendengar suka, itulah yang didengarkan. Sebagai contoh pendengar muda yang suka lagu tahun 2000an awal karena lagunya enak didengar, tidak bisa disebut CHR, disebut adult contemporary masih terlalu muda.

2. Peran sebagai *music director*?

- a. Membina hubungan baik dengan label. Karena tanpa mereka kita tidak akan mendapat supply lagu
- b. Melakukan *supervise* terhadap lagu dan chart yang masuk dan diputar di swaragama

3. Sumber lagunya sendiri dari mana saja?

Sumber lagu di swaragama didapat dari label-label yang ada di Indonesia.

4. *Genre* apa yang bisa masuk ke swaragama fm?

Genre sih lebih ke kebutuhan anak muda jaman sekarang, karena kita sebagai radio anak muda. Untuk pemilihan music kita harus mengetahui terlebih dahulu pasar kita seperti apa, apakah pasar anak muda menengah kebawah atau pasar anak muda menengah kebawah atau berada di tengah-tengahnya. Namun yang pasti di swaragama tidak memutar lagu dangdut, karena segmen kita pengengar kita adalah yang kelas ekonominya strata A, B dan C.

Format music yang diputarkan di swaragama fm adalah music yang disukai oleh pendengar swaragama sesuai dengan ciri ciri diatas. lagu yang diputarkan di swaragama adalah lagu-lagu yang tidak berciri dangdut, keroncong, atau gambus. Walaupun sebenarnya music itu universal, dan kita tidak bisa mengkotak-kotakkan jenis music, karena sekarang siapa yang sangka NDX disukai banyak anak muda. Namun kita tidak akan memutar lagu itu karena itu hanya sekedar booming. Jadi intinya yang diputarkan di swaragama adalah lagu-lagu non dangdut. Kita memutar lagu pop, rock, rnb, edm apalagi, yang sekarang lagi naik.

5. Adakah pembagian porsi lagu antara lagu mancanegara dengan lagu persada?

Kita tergantung pasar sedang suka apa. Jika sekarang pasar sedang suka lagu mancanegara kita akan memperbanyak lagu lagu barat. 2 tahun yang lalu lagu persada lebih diminati karena bandnya bagus-bagus dan rilis lagu yang bagus, jadi kita memperbanyak lagu persada. Radio memang seharusnya bisa fleksibel. Ketika pasar

menginginkan lagu apa, kita harus menurutinya. tidak harus menunggu setahun dua tahun, bahkan ketika bulan depan lagu-lagu Indonesia bagus, kita bisa saja merubah format lagunya jadi kebanyakan lagu Indonesia. Jadi swaragama adalah radio yang dari konten lagu sangat dinamis.

6. Untuk proses sortir lagu di program chart seperti persada 20 dan soundtrack hits 20 berdasarkan riset dari apa saja?
 - a. Sekitar 70 % kita menggunakan request pendengar sebagai acuan.
 - b. Kemudian kita melihat data tentang kecenderungan orang sering mendengarkan lagu apa saja melalui sumber seperti spotify, joox dan lain lain.
7. Swaragama dikenal sebagai hits player bukan hits maker. Apa penjelasannya?

Betul, karena jika kita menjadi hits maker, akan susah diterima pasar. Karena kita based on market, tidak mungkin kita menjadi hits maker, kita harus menjadi hits player, jadi ketika lagu sudah hits barulah kita putarkan. Walaupun ada beberapa lagu seperti di segmen soundtrack of the month yang itu adalah lagu baru, namun itu hanya insert, hanya sebatas konten. Untuk sehari-hari, swaragama memutar lagu-lagu yang sudah familiar ditelinga pendengar. Swaragama fm tidak akan mencoba-coba untuk memutar lagu baru yang tidak familiar di telinga pendengar.

8. Citra lagu yang seperti apa yang ingin ditunjukkan ke pendengar?

Sebenarnya jika berbicara tentang image, swaragama fm sendiri melalui lagu-lagunya tidak mencitrakan diri sebagai hal tertentu, justru swaragama fm memutar

lagu-lagu yang memang di pasar sedang disukai. Karena jika benar-benar ingin spesifik terhadap image tertentu, bisa saja swaragama memutar lagu-lagu edm agar dikenal sebagai radio edm, namun hal itu tidak bisa dilakukan. Karena prinsipnya, swaragama akan memutar lagu yang disukai oleh pendengar.

9. Harapan utk swaragama fm, respons pendengar dan lain2

Untuk sekarang, konten menjadi hal yang penting, banyak radio yang menjual konten. Lagu pun merupakan salah satu konten. Harapannya swaragama menjadi king of content, dalam artian, swaragama tidak hanya memutar lagu saja. Karena jika kita hanya memutar lagu saja, tanpa info tanpa adanya penyiar, maka orang akan memilih untuk beralih ke youtube, atau mendengarkan mp3 saja.

Maka itu, swaragama ingin menonjolkan sesuatu yaitu konten. Baik konten tersebut berbentuk info tentang cuaca, traffic, dsb. Info-info ringan yang bisa disajikan itu sangat penting, bahkan konten pendidikan pun penting disajikan. Namun info info tersebut harus disajikan secara ringan, dengan tidak seolah-olah menggurui pendengar dan yang pasti harus menjadi hal yang bermanfaat, dan insert itulah yang kita jadikan konten di swaragama fm untuk memberikan sajian bagi pendengar. Salah satu contohnya adalah insert easy English, yang informative tentang belajar bahasa inggris sederhana dan tidak seberat yang ada di tempat tempat les pada umumnya, kemudian juga ada insert good news from Indonesia yang merupakan informasi unik

dan jarang diketahui orang tentang prestasi Indonesia baik didalam negeri maupun diluar negeri yang dikemas secara ringan dan menghibur.

Di swaragama tidak hanya ada lagu saja. Tetapi juga ada konten yang termasuk didalamnya info ringan dan menarik serta insert yang disajikan untuk membuat pendengar rileks dan terhibur serta tidak merasa digurui.

Interview Syarif Acil & Fian Arditya sebagai penyiar Swaragama FM

1. Sebagai penyiar swaragama fm apa saja tugas tugas utama?
 - a. Siaran tepat waktu
 - b. Memutarakan lagu yang enak dan hits
 - c. Menyajikan info yang bagus
 - d. Melakukan engagement kepada pendengar, seperti melalui sms, telpon, media sosial : whatsapp, line, twitter, facebook, instagram live dan lain lain.

2. Apa saja teknis yang harus dipahami saat siaran?
 - a. Memahami sop penggunaan alat alat siaran seperti mixer, computer, software, microphone dan juga telepon
 - b. Memahami langkah-langkah untuk menghadapi kemungkinan seperti mati listrik, atau kesalahan-kesalahan yang disebabkan oleh teknis.

3. Kemudian apa saja yang harus dipahami tentang skill siaran?
 - a. Berbicara tidak lebih dari 90 – 60 detik saja.
 - b. Siaran dengan prinsip KISS (Keep it short and simple)
 - c. Gaya bahasa yang mudah dipahami oleh anak muda

4. Jadwal siaran per minggu

5 kali siaran dalam seminggu dengan durasi 3-4 jam per siaran

5. Tanggapan tentang radio swaragama fm sebagai radio anak muda

Swaragama fm menurut kami adalah radio yang paling gaul di Yogyakarta

6. Apakah kalian pernah terlibat dalam proses pembuatan program atau brainstorming ide?

Pernah.

7. Apa saja yang harus diperhatikan saat membuat program?

- a. Konten program ingin seperti apa
- b. Karakter penyiar yang seperti apa
- c. Pendengar yang dituju harus jelas
- d. Pemilihan lagu harus yang seperti apa
- e. Durasi program

8. Apakah melakukan perbandingan dengan program yang ada di radio lain?

Untuk perbandingan sebenarnya lebih kepada melihat referensi yang ada di radio lainnya.

9. Harapan untuk pendengar? Dans waragama fm?
 - a. Pendengar : open minded, lebih aktif untuk berinteraksi
 - b. Swaragama : lebih *wilder*

Interview Pendengar Swaragama FM

Dimas Mandegani

- Darimana tahu Swaragama FM?

-dulu pas SMP emang senang dengerin radio, terus tahun 2014 awal kenal Swaragama FM. Dan dulu pernah ikut workshop kepenyiaran yang ada penyiar Swaragama FM, dari situ akhirny kenal Swaragama FM.

- Apa yang disukai dari Swaragama FM?

Cheerfull, pemilihan lagunya enak, penyiaranya ada yang aku suka.

- Dari segi music menurut kamu Swaragama FM seperti apa?

Pemilihan musiknya suka walaupun kadang kalo siang slow jadi suka dibawa mengantuk dan lagunya cukup up to date.

- Dari segi program Swaragama FM seperti apa?

Kemasan programnya menarik perhatian, kalo pagi semangat kalo malam syahdu.

- Siapa penyiar favorit kamu?

Penyiar favorit adalah Fian Arditya dan Syarief Acil

- Apa yang kurang disukai tentang Swaragama FM?

Kadang suka telat baca SMS dan Whatsapp, dan kalau malam pembahasannya yang ringan aja.

Dyas

- Darimana tahu Swaragama FM?

Saya tahu Swaragama FM dari teman.

- Apa yang disukai dari Swaragama FM?

Musiknya update dan enak didengar, kemudian saya suka dengar Swaragama FM karena bisa didengarkan sambil bersantai.

- Dari segi music menurut kamu Swaragama FM seperti apa?

Lagunya baru, dan enak, tapi lagu baru terlalu sering diputarkan , jadi sedikit bosan.

- Dari segi program Swaragama FM seperti apa?

Program yang saya suka adalah program sunset drive, menurut saya program ini enak didengarkan ketika selesai beraktivitas dan bersantai.

- Apa yang kurang disukai tentang Swaragama FM?

pemutaran lagu barunya terlalu sering diputarkan, sehingga jadi bosan dengan lagu tersebut.

Shinta

- Darimana tahu Swaragama FM?

Saya memang dari dulu suka dengar radio, untuk Swaragama FM saya lupa kapan dan darimana tahunya, tapi yang pasti sudah cukup lama saya mendengarkan Swaragama FM.

- Apa yang disukai dari Swaragama FM?

Penyiarannya, asik, musiknya juga nyaman didengarkan untuk saya yang sudah berusia 30an.

- Dari segi music menurut kamu Swaragama FM seperti apa?

Saya suka music Swaragama FM karena bisa memutar lagu-lagu yang saya suka, dan enak didengarnya.

- Dari segi program Swaragama FM seperti apa?

Program Swaragama FM menurut saya bagus, dan saya senang dengar program pagi dan sore karena bisa menemani saya beraktivitas dan bisa bikin semangat.

- Apa yang kurang disukai tentang Swaragama FM?

Porsi musiknya lebih diatur lagi biar tidak bosan dengar lagu yang sama diputar berkali-kali.

Dita

- Darimana tahu Swaragama FM?

Dari teman, dulu waktu jalan tiba-tiba teman putar radio dan mendengarkan Swaragama FM

- Apa yang disukai dari Swaragama FM?

Saya suka dengar Swaragama FM karena lagunya asik

- Dari segi music menurut kamu Swaragama FM seperti apa?

Lagunya update, kadang saya suka cari referensi lagu baru dari Swaragama FM

- Dari segi program Swaragama FM seperti apa?

Programnya cukup baik, program favorit saya Dreamland, Sunset Drive dan Your Friends.

- Apa yang kurang disukai tentang Swaragama FM?

Mungkin Swaragama harus sering-sering kasih hadiah buat pendengar ya.