

Lampiran 1. Transkrip wawancara dengan penyiar Sriwedari

Nama : Indra Narendra

Jobdesk : Penyiar

Tempat : Kantor Solo Radio Jl. Menteri Supeno No.6 Manahan Solo

1. Apa saja materi yang disampaikan dalam program Sriwedari?

Materi yang disampaikan ya, kalo Sriwedari itu kebanyakan ngasih info lokal kota Solo. Kalo dari segmennya, di jam 6 sampai jam 7 ada segmen yang namanya Sarapan sapaan penuh harapan, itu ada pendengar yang pengen request lagu terus mau mengucapkan ulang tahun, anniversary perusahaan terus ya ucapan-ucapan selamat pagi lewat whatsapp atau twitter, terus dijam 7 sampai setengah 8 itu ada segmennya Goodmorningsolo yang isinya berita-berita update seputar Solo Raya yang meliputi salatiga boyolali klaten sukoharjo sragen karanganyar dan wonogiri terus dijam setengah 8 sampai jam 8 itu ada namanya segmen OSAKA kepanjangan dari obrolan suka suka jadi itu kayak morningshownya nah itu obrolan dari dua penyiar berdasarkan berita atau tema yang rame dibicarakan misalnya update kelulusan uforianya seperti apa nah itu kita obrolkan tanpa text jadi mengalir aja itu juga melibatkan solo lovers untuk berinteraksi dengan kita dengan menanggapi obrolan kita pembawaanya pun itu santai dan lebih ke jokes jokes gitu terus dari jam 8 sampai jam 9 itu ada program mingguan di hari senin itu ada Monday on top, yaitu informasi trending topic seminggu yang lalu hari selasa

FYI yaitu for your information itu kayak fakta-fakta unik yang belum diketahui secara luas sama pendengar terus misalnya ada orang jepang susah mendapatkan jodoh akhirnya dia menikah dengan robot buatannya sendiri (berita ringan) hari rabu itu speak speak kayak berita entertainment kayak artis, lagu, rilis music dan gossip-gosipnya diambil dari nasional maupun mancanegara, hari kamis deporte diambil dari bahasa spanyol yang artinya berita olahraga nah itu berita update seputar olahraga tapi lebih sering berita sepak bola itu semua dibaca pake skrip, terus dihari jumat kita punya namanya fit and fresh itu kayak informasi seputar kesehatan contoh e manfaat dari daun sirsak, ternyata kopi itu baik untuk kesehatan atau teh itu ga cuma ada teh hitam aja, dijam 9 sampai jam 10 dari senin sampai jumat itu adalah berita-berita update yang diangkat dari jam 6 sampai jam 10...untuk beritanya itu yang biking ga cuma produser aja tapi penyiar juga, nah untuk beritanya itu kita bikin serba dadakan karna yang diambil kayak headline news gitu jadi ya berita kan sekarang cepet diperbaharui jadi yang bisa aja yang udah disiapkan terus diganti dengan berita yang baru..

Gimana pembagiannya produser dan penyiar? nah misalnya produser mantau sosial media, penyiar lebih nyari artikel jadi sama-sama misalnya di twitter ada berita ada planet baru ya kita langsung cari linknya gitu

2. Bagaimana cara menyampaikan materi program yang sesuai dengan kebutuhan pendengar?

Disampaikan dengan cara anak muda, sedekat mungkin dengan pendengar dengan menggunakan bahasa yang diterapkan sehari-hari dari bahasa Indonesia, jadi dua arah gitu kayak ngajak ngobrol sama pendengarnya

3. Bagaimana strategi daya tarik dari program Sriwedari sehingga dapat mempertahankan pendengar?

Yang pertama ada kuis, kuisnya berupa challenge misalkan silakan kirim foto terbaik kamu menggunakan jersey kesayangan kamu lewat whatsapp atau mention di twitter, terus apa tadi pertanyaannya? Memutar lagu-lagu hits yang direquest sama pendengar selalu menyapa pendengar dipagi hari. ... kalo yang lebih banyak berinteraksi itu lewat sms dan whatsapp dan penyiarnya yang insyaallah lucu haha

4. Bagaimana upaya untuk dekat dengan pendengar?

Memutar lagu yang direquest sama pendengar, hafal sama pendengar yang sering berinteraksi, terus sama e berkomunikasi di sosial media, nah dari situ kadang ada pendengar yang sampe pengen ketemu, terus ya suruh main ke radio malah katanya malu, ya kita harus tau apa yang dimau sama pendengar tau apa yang pendengar suka ya berusaha jadi kayak teman sendiri aja kalo sama pendengar, bukan tau sih tapi lebih ke mengerti sama misalnya interaksi diluar siaran misalnya di sosial media ya selalu ditanggapi, pendengar bukan hanya sekedar pendengar karena pendengar adalah teman kita dan dia mendengarkan solo radio karena pendengar menganggap solo radio adalah teman mereka jadi ada take and givenya.

5. Kenapa dua penyiarnya?

Standarnya sih gitu, jadi ini morningshow kalo radio show itu emang harus lebih dari satu tidak boleh lebih dari dua dan harus ada kemistri da nada tik toknya, kalo cuma satu presenting namanya.

6. Pembagiannya gimana?

Jadi kita udah tau porsi masing-masing, aku tau porsi haikal itu sampai dimana, haikal tau porsiku sampai dimana jadi kita saling melengkapi ketika ngomong, halah kayak pacaran kalo haikal itu announcing skillnya bagus tapi kalo aku jelek, haikal di jokesnya kurang kalo aku misalnya jokesnya kurang banget haha

7. Ada tim kreatif nya

Kita bikin program itu ya sesuai dengan segmentasinya, terus kita juga meresh program yang udah ada terus beda sama radio lain sama unik karena radio anak muda ya harus bikin yang unik

8. Mas Indra sebagai penyiar sekaligus orang yang terlibat dalam tim kreatif ada ga sih waktu tertentu untuk brainstorming atau gimana usulan-usulan untuk kemajuan program Sriwedari?

Nah dulu kan di Sriwedari ada segmen Masaseh kalo sekarang diganti sama segmen baru Osaka itu, nah ada banyak faktor yang mempengaruhi kenapa diganti dulu kalo Masaseh itu lebih ke fakta-fakta unik kayak di twitter itu faktawow, kenapa kita ganti karena e setiap materi yang bikin kan produser kalo menurutku produser pagi itu kesian dia udah digenjot dari pagi dari jam 6 sampai jam 10, jadi misalnya jam 6 udah masuk nih dia udah nyiapin materi untuk yang dijam 7 sampai setengah 8 itu kan ga berenti nyari jadi pas kalo disambung ke segmen Masaseh itu kesian padahal itu kan di pagi butuh mood

yang baik biar infonya juga ga ngawur jadi didengar pun juga enak gitu, kalo segmen Osaka itu kan obrolan dua penyiar dengan tema yang lagi hits dibicarakan yang ringan-ringan gitu tanpa skrip jadi kayak biar produser ada istirahat bentar buat nyari materi buat yang dijam-jam selanjutnya itu sih beberapa pertimbangannya sama kalo dijam 6 sampai 7 kan pendengar ga bisa interaksi makanya dikasih slot jam setengah 8 sampai jam 8 biar pendengar bisa terlibat request boleh ngikutin obrolan juga boleh mau ngasih saran buat apa lagi yang dibahas juga boleh nah untuk slot kedua itu sih waktu buat pendengar bisa interaksi

9. Apa sih yang unik?

Yaa kalo di Sriwedari itu ada dua versi sih ada seriusnya ada ga seriusnya yang seriusnya yang berita update kalo disisi entertainmenya atau hiburannya itu kayak jokes ku sama haikal itu udah klop banget gitu loh pendengar jadi udah hafal jokes ala indra dan haikal

Lampiran 2. Wawancara dengan Produser

Nama : Rahmat Meutuah

Jobdesk : Produser

Tempat : Kantor Solo Radio Jl. Menteri Supeno No.6 Manahan Solo

1. Bagaimana menyusun strategi kreatif guna mempertahankan pendengar pada program Sriwedari?

Kalo strategi kreatif ya pasti namanya konten siaran itu kan harus kreatif tapi untuk mempertahankan pendengar aku ga tau itu bisa mempertahankan pendengar atau ga ya minimal itu buat menarik perhatian pendengar, strateginya biasanya itu satu dari konten siaran, konten siaran itu dipiih dari yang paling update dan yang paling happening karena ini radio dan segmentasinya anak muda itu kontennya ga berat dan disesuaikan dengan umur contohnya kongkritnya itu e kita ga ngambil informasi-informasi yang terlalu berat kayak politik ekonomi yang didalamnya itu ada istilah-istilah yang orang awam ga tau lah, jadi kita memilih kata. Kalo dari penyajiannya kayak apa namanya hampir sama kayak kriteria radio atau kriteria penulisan

naskah radio pada umumnya gitu. Misalnya kita nulis berita tentang persis menang lawan ini nah terus didalamnya itu ada istilah yang ga umum didengar orang nah itu kita ganti makanya ada istilah namanya rewrite ditulis ulang biasanya berita dengan bahasa yang lebih ringan dan lebih singkat

2. Itu kan dari konten siaran dan penyajiannya nah dari programnya Sriwedari sendiri apa sih yang membuat beda dari program yang lainnya?

E apa ya, nah yang membedakan Sriwedari dengan program lain coba kita bandingkan dengan program Manahan yang sama-sama primetime ya, tapi waktunya beda pagi sama sore nah kalo pagi kita itu lebih kayak menyapa pendengar dengan penuh semangat umumnya kayak gitu dan mengantarkan mereka beraktifitas sedangkan kalo sore yuk happy happy dulu disini habis pulang kerja pulang sekolah nih kita seneng-seneng dulu disini tapi konteksnya disore bisa juga galau juga bisa, kalo pagi itu cenderung happy ya intinya yang harus kita tanamkan itu emosi bahagia dan mengajak bahagia.

3. Apakah ada daya tarik lain untuk menunjang isi program? Seperti *stasion call*, *jinggel program*, *opening tune*, *radio expose*, *time signal*, *insert*, *smash music*, bumper, dan iklan spot?

Ya piya namanya diradio ada insertion kayak gitu, insert itu yang utama sih menurutku, kalo id itu buat penanda pas lagi ndengerin radio terus disela-sela ada muter id itu kayak pengingat kalo kita lagi ngedengerin radio ini, kalo insert itu disitu didalamnya itu ada proses kreatif yang lain lagi diluar dari RE maksudnya yang bebas, kalo di Sriwedari itu yang “Cuma Canda” itu kayak jokes gitu yang ngisi Indra juga jadi dia kayak dialog dua orang “eh lagi ngapain satunya jawab ini nih kacamataku pecah mau ganti lensa, Indra jawab ya udah ganti lensa olahraga aja” jadi itu cuman kayak jokes jokes singkat ga

lama cuma beberapa detik Cuma 20 sampai 30 detik, itu sih yang membuat siaran radio itu lebih bervariasi beda sama “Tau ngak sih” kalo itu lebih informatif dan ada fakta-fakta gitu

4. Seberapa sering muter insert itu?

Rumayan sering sih kalo di Sriwedari, di program lain juga, dan biasanya temanya itu bulanan gitu misalnya ada moment valentine dan itu bisa menggantikan posisi id itu tadi pengingat jadi lagu id lagu atau re lagu atau lagu insert lagu, jadi selain sebagai pengingat bisa juga jadi selingan yang informative dan menghiburlah

5. Bagaimana respon pendengar yang diperoleh dalam program?

Pendengar Sriwedari itu rame dan pendengarnya itu responsif banget, maksudnya itu sangat interaktif itu karena apa ya e program lain itu kadangkala Cuma request tapi kalo di Sriwedari itu kita pernah buat challenge, twit pict rame ternyata yang ikut jadi mereka ngirim foto mereka dengan tema yang ditentukan dan feedback dari kita kemarin itu kita pilih yang bagus-bagus dari wa atau twitter terus kita edit gitu jadiin satu terus kita posting diinstagram

6. Apa saja materi yang disampaikan dalam program Sriwedari?

Aku tambahkan aja ya secara umum, jadi ada olahraga, kesehatan, makanan, fashion, gossip paling muter-muter disitu aja anak muda kan sukanya kayak gitu

7. Apa saja yang dilakukan untuk mempertahankan pendengar?

Ya inovasi sih, jadi ada laporan statistik pendengar itu berapa itu keluar langsung dari PD ngasih tau pendengar ini tu berkurang atau bertambah kita produser biasanya ngomong dulu ama Eca apa yang kurang biasanya sih segmen, misalnya segmen olahraga itu e dihapus ganti jadi apa segmen

fashion tadi dimodif, mainnya di segmen sih biasanya kayak gitu kalo misalnya buat mempertahankan pendengar dari sisi konten siaran

8. Sebagai produser dan terlibat dalam tim kreatif gimana sih perannya gimana nyumbang ide?

Kita ada meeting mingguan, itu kurang lebih membahas konten buat minggu depan gitu, kita selalu berfikir untuk mengembangkan konten dan yang bisa kita mainin ya segmen, karena ini konteksnya juga untuk menambah jumlah pendengar nah kita maininnya disosmed karena sekarang instagram lagi rame dan instagram Solo Radio paling aktif diantara media sosial radio lain di kota Solo, paling aktif dan followersnya paling banyak ya kita manfaatin itu makanya tiap pagi itu sekarang ada update-update foto gitu kan dan itu udah terkonsep biasanya itu udah distok, harusnya foto-foto itu disesuaikan sama segmen harian Sriwedari misalnya olahraga gitu ya karna ada burter sama klien juga misalnya segmen olahraga ya posenya lagi olahraga gitu, jatohnya ya burter promo gitu sekaligus promo konten yang mau dibahas hari ini tu apa kalo di Sriwedari random sih jadi kayak nyapa lewat instagram dan itu interaksinya lumayan rame sih

9. Apakah konsep yang sudah berjalan dapat mempertahankan pendengar?

Aku ga berani jawab sih kalo itu, kalo itu yang lebih berkompeten Eca sih kalo itu. Intinya tugasku produser aku buat konten semenarik mungkin untuk menarik pendengar yang mau dengerin Sriwedari kalo untuk mempertahankan pendengar ya mungkin itu salah satunya juga sih, untuk ukurannya sih bisa dari logbook kita ada tuh tiap harinya jadi kelihatan dan ada catetannya siapa

aja yang sering request sering sms atau whatsapp kalo untuk mengukur jumlah pendengar dari Nielsen dan itu sih kalo menurutku gambarannya masih umum.

10. Bagaimana pembuatan rundown program Sriwedari?

Oke buat rundown, segmen pertama ya biasa sapa-sapa pendengar sekalian request-request, kalo yang kedua itu ada Osaka obrolan suka-suka kayak buat tema dari yang lagi hits itu random aja dari penyiar jadi apa yang lagi happening terus dijadiin obrolan aja, terus satu segmen itu kan satu jam ya, itu konten siaran diluar konten siaran iklan dan lagu itu juga tetep jalan kan ada aturan talk time itu maksimal berapa menit terus masuk berapa lagu itu ada aturannya, jadi jam segini ada lagu jam segini iklan jam segini lagu jam segini adlibs dan lain sebagainya nah kita tinggal ngisi slot-slot itu aja udah ada pakemnya dan ga bisa diganggu gugat yang pertama kita nyapa dan kedua kita ngajak buat berinteraksi, kalo dulu ada info-info singkat “masaseh” itu sekarang udah ga ada lagi jadi langsung konten harian 2 jam langsung itu, kalo sekarang beda nyapa-ngajak-baru informasi, dan informasi itu dibuat sama produser baiknya sebelum siaran itu udah dibuat tapi ada beberapa hal di dunia radio itu yang tiba-tiba ada yang lebih baru lagi ya udah diganti, ya itu tetap update

Lampiran 3. Wawancara Program Director

Nama : Maria Delsa

Jobdesk : Program Director

Tempat : Kantor Solo Radio Jl. Menteri Supeno No.6 Manahan Solo

1. Menurut Anda strategi dalam sebuah radio itu seperti apa?
Strategi itu kita menentukan program, karena aku ada diprogram ya kita bikin program yang seperti apa. Misalnya Youthspeak, Youthspeak itu kan kalo kita lihat ratingnya rendah nah kita mau bikin program baru, kita bikin deh strateginya kira-kira program yang cocok dijam pengganti Youthspeak itu di

hari sabtu jam 2 itu kayak apa pendengarnya seperti apa kita mulai pikirin pola-polanya, pola pendengar, pola programnya, acaranya seperti apa gitu..

2. Bagaiman menyusun strategi kreatif guna mempertahankan pendengar pada program Sriwedari?

Itu sih biasanya lebih ke produser ya, tapi aku selalu nerima laporan bahwa mereka selalu ngasih konten-konten yang bagus, info-info yang kreatif juga, biasanya kita juga ngeliat moment-moment misalnya hardiknas kayak gitu penyiarnya suruh ngapain sih, ngasih info kalo dari onlinenya kita bikin video-video dan foto untuk moment-moment tertentu kayak gitu..

3. Siapa saja yang berperan dalam pembuatan konten kreatif pada program?

Kita ada tim kreatifnya, kalo dari on airnya sendiri aku berhubungan langsung sama produser tapi kalo untuk onlinenya aku hubungannya sama Mas Abdul kayak web dan media sosial lainnya. dan untuk tim kreatifnya ada aku Program Director, Produser dan Penyiar, kita biasanya ada meeting mingguan gitu buat ngebahas program dan konten apa yang harus diperbaharui...

4. Bagaimana cara menentukan stasiun radio pesaing?

e.. Kita kan pakek data dari AC Nielsen disitu kita lihat sih mana pesaing kita pendengarnya lebih banyak atau dibawah kita atau lebih tinggi dari kita dari hasil AC Nielsen itu. Kalo kompetitor dari kita itu lebih ke PTPN sih udah sih itu aja sama SAS FM

5. Setelah tahu kompetitor dari radio itu sendiri, apa yang perlu dicermati?

Sebenarnya kan solo radio sendiri malah jadi patokan untuk radio-radio lain ya jadi kalo dari kita sih kita bikin program yang baru dan baru lagi sih. Tapi untuk sekarang ini yang perlu dikhawatirin adalah playlist musik dari

kompetitor yang kadang lebih duluan dia, sama dia sekarang udah mulai ngikutin rame di instagram udah mulai ikut bikin video-video gitu

6. Strategi apa yang dilakukan untuk bisa bersaing dengan kompetitor?
Heeh.. kalo dari aku memantau radio lain sih Solo Radio itu, e adalah radio yang punya konten tersendiri gitu, konten yang terkonsep info yang terkonsep jadi sebenarnya pun mereka malah ngikutin kita bukan kita yang harus takut bahwa kita tersaingi enggak malah kita justru mereka yang selalu ngeliat kita, o Solo Radio gini, o Solo Radio gitu, jadi karena patokan kita radio-radio kayak di Jakarta kayak gitu malah kita ini sih malah bukan ngak pernah memandang tapi kita berhati-hati, gimana ya.. ya pokoknya konten yang kita bikin udah terkonsep aja sih gitu aja, bedalah dari program radio yang lain
7. Pertimbangan apa yang kemudian menjadi perencanaan sebuah program?
Pertimbangan emm.. ya tadi kayak yang aku bilang, yang pendengar mau tu seperti apa sih, acara seperti apa sih yang bisa nemenin di pagi hari siang hari sore hari, pendengar tu sukanya dengerin yang apa nah kalo aku ngebedainnya itu programnya ngangkat budaya-budaya lokal, info-info lokal, dan sedangkan program sore itu lebih ke fashionable famous fit kayak gitu sih
8. Bagaimana tahapan pra produksi sampai eksekusi program?
Kalo program sendiri sih kita ngerancang dulu ya namanya mau bikin program seperti apa, primetime berapa jam, otomatis 4 jam kan kalo primetime terus kita juga bikin nama programnya, habis bikin nama programnya terus kita bikin segmen-segmennya dalam 4 jam itu ada segmen

apa aja habis itu baru kita tentuin konten-kontennya senin sampai jumat habis itu baru kita bikin bumper, id, dan lain sebagainya baru naik..

9. Bagaimana strategi pengawasan dan evaluasi program?
Aku selalu ngasih daily report ke mereka, so aku bisa tau kegiatan yang dilakuin sama produser dan penyiar jadi mereka datangnya telat atau rundown ga dibaca jadi aku bisa tau nah nanti evaluasi ini adalah sebulan sekali meeting program.
10. Apa saja tahapan dan prosedur dalam memproduksi untuk tools tersebut?
Ya jadi kita kan lihat tu ada program yang kita bikin RE radio expose untuk program itu, bikin dulu skripnya dari scripwriter atau dari aku atau produser habis kita bikin kita take VO habis take VO ya udah langsung naik...
11. Bagaimana penetapan segmentasi pendengar?
Pendengar kita diusia 15 sampai 35
12. Siapa saja target pendengar dari radio? berdasarkan kelas ekonomi dan kelas sosial
Kita ke B C sih kalo dari kelas sosialnya menengah ke atas dan menengah kebawah yaa anak sekolah, yang baru lulus, sama kerja
13. Berdasarkan interkasi dan partisipasinya, jenis pendengar seperti apa yang terlibat dalam radio? pendengar spontan, pasif, selektif atau aktif?
Kalo dari interaksinya lewat sms atau whatsapp mereka adalah pendengar yang aktif, kalo dari onlinenya mereka yang sedang scrolling atau kepo-kepo instagram atau twitter mereka pasif sih biasanya sih kita bikin kuis biar mereka aktif

14. Pada saat siaran gaya bahasa seperti apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan? Apakah ada pengelompokan pendengar dari segi bahasa penyampaiannya?
Kita bahasa anak muda sih bahasa sehari-hari bahasa gaul gitu ga terlalu formal-formal banget yang biasa anak muda jaman sekarang pakailah
15. Mengapa pendengar tersebut?
Karena memang kita segmentasinya adalah anak muda, e 15 tahun mereka masih sekolah kan memang target kita segitu dan e 35 tahun itu karena mereka udah mempunyai penghasilan sendiri kita kan ada iklan kan mereka punya penghasilan sendiri otomatis mereka mendengar iklan kita sampein mereka bakal tertarik konsumtif gitu loh 20 sampai 35 tahun
16. Bagaimana respon pendengar yang diperoleh dalam program Sriwedari?
Banyak sih nanti lihat aja dari data AC Nielsen yang ku kasih, selalu meningkat sih dari tahun ke tahun
17. Strategi apa yang dijalankan oleh radio untuk mempertahankan pendengar?
18. Bagaimana strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program dan pokok masalah terhadap kebutuhan pendengar?
Kalo pemilihan tipe program disesuaikan dengan waktunya kalo program pagi berarti bikin acara yang punya unsur semangat gitu, sama aku sesuaikan dengan karakteristik penyiar. penyiar juga aku pilih-pilih kalo orang yang cewawakan aku taruh di program pagi, kalo penyiar yang agak lembut penggoda gitu ada program sendiri siaran sendiri
19. Bagaimana strategi pembentukan kebiasaan pada program radio tersebut?
O itu kalo di Sriwedari ada segmen namanya Goodmorningsolo, kalo pendengar ngikutin pasti paham kalo dia sedang ngedengerin program Sriwedari
20. Bagaimana strategi pengontrolan arus pendengar?

Mereka stay tuned gitu? Kita dari ini sih dari dia sering mention sampe kadang beberapa penyiar itu hafal, walaupun kita ga pakek format kayak nama spasi umur spasi gitu ngak sih cuman ada beberapa yang memang fanatik sama Solo Radio. Dengan ngasih konten dan info-info yang terkonsep, misalnya minggu depan senin sampai jumat kita mau bahas apa nih biasanya ide-ide dari produser udah masuk ke aku, juga kita kadang-kadang bikin talkshow komunitas dan kuis berhadiah dari klien kita gitu sih biar pendengarnya makin banyak dan tetap stay di Sriwedari

21. Bagaimana strategi penyimpanan sumber-sumber programnya?

Kita ini sih materi-materi yang kita bikin selalu disimpen jadi ga bakal kehapus atau hilang, file file nya rapi kesimpen dikomputer. Jadi bisa buat referensi lagi kedepannya

22. Bagaimana strategi untuk menarik massa?

Ya biasanya itu kita bikin kuis berhadiah, pagi pagi kita bagi hadiah habis itu kita emm kalo strategi kita yang lain itu adalah dari sosmed kita di instagram itu kita udah mulai bikin video-video lucu tapi kita juga ada kerjasama sama klien jadi kita softsellinglah kita kita ga rugi-rugi banget gitu loh

Lampiran 4. Wawancara dengan pendengar

Nama : Nani Suharyati

Pekerjaan : Karyawan Swasta

Umur : 22 tahun

Alamat : Desa Walurejo Rt 016 Rw 007 Kecamatan Puring Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah

Wawancara : *By phone*

Nama : Eni Safitri

Wawancara : *By Phone*

1. Sejak kapan mendengarkan Solo Radio?

Nani : udah rumayan lama sih, pas udah mulai kerja di Solo. Kurang lebih lima tahun

Eni : udah 2 tahunan mbak

2. Sering dengerin program Sriwedari?

Nani : dulu waktu penyiarnya kak Uranujunea iya sering dengerin sekarang gak pernah dengerin Sriwedari lagi, sekarang Sriwedari penyiarnya Haikal sama Indra mereka kalo siaran banyak ngelawaknya jadi aku gak tertarik buat dengerin Sriwedari lagi. Kalo dulu itu hampir semua segmennya aku suka dari hari senin sampai jumat bagus-bagus info-infonya juga keren. Aku dengerin Solo Radio itu tergantung dari penyiarnya jadi kalo gak suka ya gak tak dengerin hehee.

Eni : Sering dengerin, tapi kadang kelewatan. Penyiarnya seru, anak muda banget ada segmen Osaka itu topic pembahasannya ga terlalu formal yang dibahas lucu-lucu, banyak hiburannya jadi ga bosan dengerinnya

3. Biasanya kalo interaksi dengan penyiar gimana sih?

Nani : biasanya aku request lagu, lagu Indonesia kalo lagu barat aku gak suka. Iya aku juga ngefollow twitter sama instagram sampek hampir semua media sosial penyiarnya juga aku follow, bahkan ada beberapa yang sering mention-mentionan DM juga.

Eni : request lagu sama kadang ikutan kuisnya juga. Kalo instagram sering stalking tapi gak mengikuti.