



Area Parkir



Ruang Siaran



Ruang Produksi



Geronimo FM Dalam Pembangunan

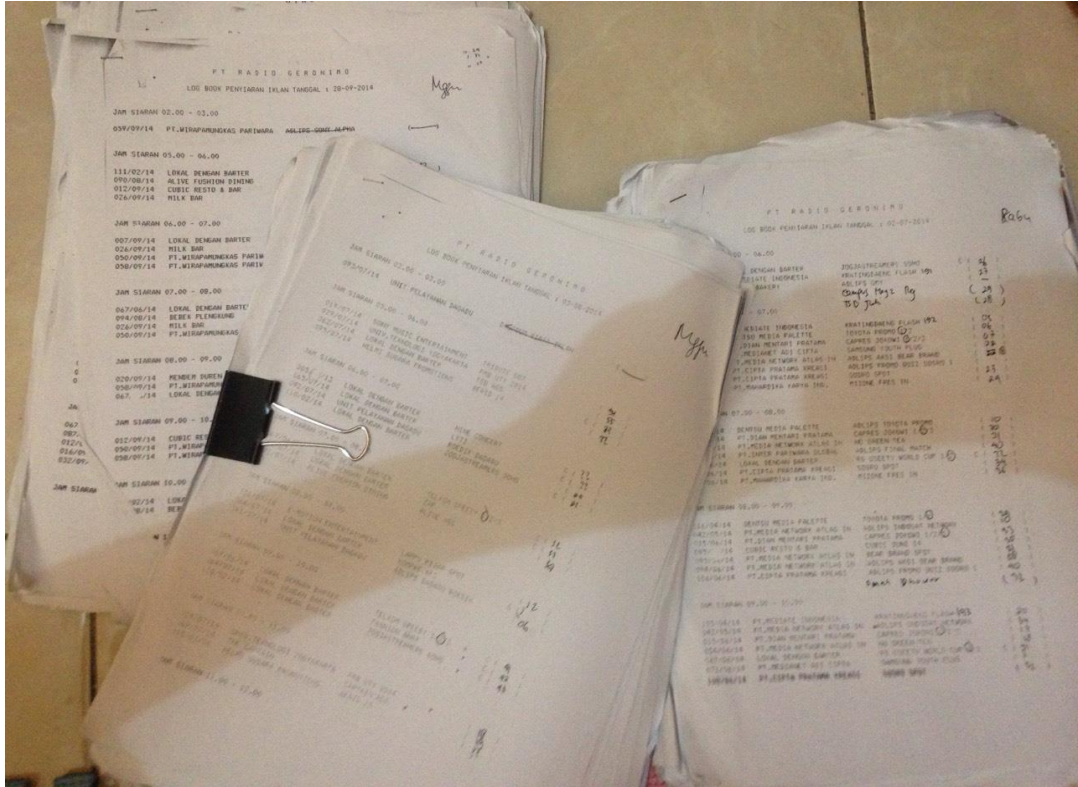


Office Administrative Geronimo FM

IRMAWATI



Log Book Geronimo FM



IKLAN NASIONAL GERONIMO JULI 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Sponsor
1	Afaid 14	45			
2	Startrek Exhibition	60			
3	Ngabuburit Trans	88			
4	RS USEE TV WORLD CUP	180			
5	Espresso	23			60
6	Kratindeng flash	190			
7	Sosro	90	40		20
8	Mizone	155			
9	NU Green Tea	185			
10	Bear Brand	100	67		
11	ZAP	63			
12	Samsung Youth Plus	81			
13	Erafone	45			
14	Advan		25		
15	Huwawei Wi-fi	30			
16	Toyota Mobil	98			
17	Tribute SO7	55			
18	Lampu Pijar	30			
19	Habis Gelap Film	20			
20	Bagong Gold Jewellery		30		
21	Dagadu Spot	28			
22	PMB UTY'14	85			
23	Pramugari Rajawali		30		
24	D3 farmasi	25			
25	Trans Studio Bandung	48			

26	Alive Resto	105			
27	Captain	90			
28	Cinema Bakery	20	10		
29	Madam Tan	60			
30	Cubic	300			
31	Tamansari Foodcourt		20		
32	Sogul	35			
33	Omah Dhuwur	41			
34	Bee Talk	47			
35	Bringinlife	21			
36	Berniaga.com		49		
37	Jokowi	43			
38	Prabowo	20			
39	Amplaz		14		
40	BRI	25			

IKLAN LOKAL BARTER GERONIMO JULI 2014

1	Jogja Streamers (LB)	90			
2	IGT (LB)	68			
3	Jogja Beauty (LB)		29		
4	Telkom Speedy (LB)	71			
5	Campus Magz (LB)	45			
6	Go Girl (LB)	35			
7	Barokah Jogja (LB)	14			

IKLAN NASIONAL GERONIMO AGUSTUS 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Sponsor
1	ZAP	91			
2	Gas Elpiji	78			
3	Citra hanbody	51			
4	Erafone	50			
5	Oppo	39			
6	Huwawei Wi-fi	43			
7	Chevrolet		71		
8	Asus		41		
9	Go girl	20			
10	Campus Magz	25			
11	Nidji	25			
12	Noah	25			
13	Tribute SO7	30			
14	Lampu Pijar	29			
15	Bagong Gold Jewellery		19		
16	Lomba Karya Tulis Ilmiah	15			
17	Olimpiade Kimia	17			
18	UTY	85			
19	D3 Farmasi	22			
20	Mahakarya	4			
21	Air Asia	47			
22	Liquid	30			
23	KFC	60			
24	Alive	50			
25	Madam Tan		70		
26	Bebek Plengkung	43			

27	Cubic	150			
28	Captain	50			
29	Sheraton Hotel	38			
30	Biznet		40		
31	Yogyakarta Game Fest	32			
32	Afaid' 14		45		
33	FKY	20			
34	Bringinlife	48			
35	BRI	22			
36	Trans Career	30			
37	DAGADU	40			
38	Fashion Anak	20			
39	Shopie Martin	25			
40	Sport Station	90			

IKLAN LOKAL BARTER GERONIMO AGUSTUS 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Sponsor
1	Dog Store (LB)	20			
2	Telkom Speedy (LB)	75			
3	Yasmine Film (LB)	59			
4	Jogja Streamers (LB)	70			
5	IGT (LB)	43			
6	NINE CONCERT (LB)	15			
7	Gending Djaduk (LB)	8			
8	Micel (LB)	22			
9	Gapura Trans (LB)				15
10	T.Loop Scoore (LB)		15		
11	Dimjeng (LB)	19			

IKLAN NASIONAL GERONIMO SEPTEMBER 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Sponsor
1	Indomie	35			
2	ZAP	37			
3	Axe Dark Gold	85			
4	Rexona Women	50			
5	Citra Handbody	40			
6	Oppo Joy	30			
7	Samsung Reduction	75			
8	Acer		40		
9	Panasonic	45			
10	Sony all product	47			
11	Langit Musik Mix	36			
12	UMB Nidji	60			
13	Noah	60			
14	Mantan Terindah movie	22			
15	Dagadu	35			
16	Simply Laundry	61			
17	LINE	90			
18	Oksidan Drainage Therapy	10			
19	Prodia Lab	25			
20	Pharmacy		45		
21	Enterpreneur expo	5			
22	Alive	250			
23	Cubic	300			
24	Marry Anne	155			
25	Madam Tan All	120			

26	Milk Bar		124		
27	FKY	30			
28	Superindo	34			

IKLAN LOKAL BARTER GERONIMO SEPTEMBER 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Sponsor
1	Telkom Speedy (LB)	90			
2	Go girl (LB)	35			
	FHM (LB)	15			
3	Campus Magz (LB)	44			
4	Miko Movie (LB)	35			
5	Christo Blazer (LB)	40			
6	Stiletto Sepatu (LB)	25			
7	Seminar diabetes (LB)	6			
8	SMA Budi Mulya (LB)	20			
9	TSB (LB)	25			
10	Liquid (LB)	40			
11	Boshe VVIP (LB)	39			
12	Jogja Streamers (LB)	103			
13	Arkipel Fest Film (LB)	15			
14	Jogja Ngontel (LB)	15			
15	Sipa 14 (LB)	20			
16	Rebel Squad 27 (LB)	27			
17	Yogyakomtek (LB)	4			
18	Micel Audisi (LB)	15			
19	Rising Star (LB)	12			
20	Marketerss (LB)	45			

Yogyakarta, 5 Mei 2015

TRANSKRIP WAWANCARA RADIO GERONIMO

Narasumber:

Irmawati, Office Administrative Staff Geronimo FM,

1. Kenapa iklan konsumen selalu mendominasi pemasukan iklan di Geronimo?

Jawaban:

Iya, karena radio Geronimo merupakan radio komersial yang targetnya anak muda sehingga para pemasok iklan lebih tertarik memasang iklan konsumen yang sesuai dengan target pendengar dan radio Geronimo juga selektif untuk memilih iklan yang masuk sehingga iklan yang masukpun sesuai dengan target pendengar. Sayang juga kalau kita asal menerima iklan padahal iklannya tidak sesuai dengan target *audiens* nanti space iklan yang seharusnya jadi berkurang. Di radio Geronimo juga selektif karena kalau pemasok iklan tidak cocok dengan harga yang kita tawarkan Geronimo tidak asal memberi potongan harga intinya semua sesuai dengan prosedur Geronimo. Kalau tidak cocok harganya ya itu kembali lagi pada perusahaan yang akan memasang iklan, jadi tergantung kesepakatan.

2. Kenapa dari waktu tiga bulan penelitian iklan selain iklan konsumen tidak mendominasi bahkan mendapat angka 0%, seperti iklan antarbisnis, perdagangan, eceran, keuangan, langsung, rekrutmen ataupun iklan pelayanan masyarakat?

Jawaban:

Balik lagi ke jawaban tadi bahwa pemasok iklan akan cerdas untuk memilih media yang sesuai untuk produknya, karena disini radio anak muda ya wajar aja pemasok iklannya dengan kategori selain produk konsumen untuk anak muda akan lebih sedikit masuk. Karena menurut mereka tidak cocok jika iklan tersebut bukan ditargetkan untuk anak muda mending membelanjakan iklannya ke media yang sesuai dan pokoknya kalau di Geronimo tidak berani memotong harga secara drastis.

3. Kenapa grafik di bulan Juli tinggi?

Jawaban:

4. Pada bulan Juli adalah bulan Ramadhan, pada radio Geronimo mulai dari bulan Mei hingga lebaran dan ramai kembali menjelang akhir tahun. Masyarakat akan membeli barang lebih banyak dari biasanya karena sudah tradisi di Indonesia sendiri. Bisa kita lihat buka puasa aja pasti menu makanan juga lebih beragam dan kebutuhan masyarakat jadi meningkat untuk kebutuhan sehari-hari dan permintaan info seputar tempat berbuka juga banyak. Situasi ini adalah situasi yang tepat untuk memasang iklan. Ketika situasi pembelian naik maka pemasok iklan juga banyak yang memasang iklannya

5. Kenapa pada saat bulan Agustus pemasukan iklan menurun?

Jawaban:

Karena bulan Agustus merupakan hari libur telah diketahui sendiri bahwa jogja ini kota pelajar jadi banyak yang mudik, ini juga memngaruhi

pemasukan iklan karena pemasok iklan juga tidak mau rugi jika yang mendengarkan iklannya tidak banyak seperti biasanya. Pada dunia bisnis periklan khususnya di radio Geronimo sendiri ini situasi yang wajar kok, karena setelah daya beli masyarakat naik dibulan lalu maka biasanya terjadinya penurunan yang drastis. Itu dinamika pemasukan iklan yang wajar.

6. Pada bulan September pemasukan iklan kembali naik, disebabkan oleh apa?

Jawaban: Pada bulan September menjelang akhir tahun biasanya perusahaan membelanjakan iklannya pada akhir tahun untuk laporan penutupan buku tahunan, jadi iklan mulai naik sampai akhir tahun sehingga tidak heran jika mulai ramai kembali pada bulan ini Bulan apa saja yang biasanya pemasukan iklan menjadi lebih tinggi?

Jawaban:

Ramai banyak yang order iklan memang biasanya dari Mei terus menjelang bulan Ramadhan dan menjelang Lebaran terus sama akhir-akhir bulan pada akhir-akhir tahun pemasok iklan akan membelanjakan iklannya

7. Iklan sumber penghidupan yang mutlak bagi media kalau di Geronimo sendiri seberapa penting iklan untuk menunjang kehidupan Gerinomo?

Jawaban:

Jelas penting dan saling keterkaitan tanpa iklan Geronimo juga akan mati siapa yang akan menghidupi Geronimo namun Geronimo juga dibantu dengan sistem *off air* yaitu Geronimo event untuk penghidupannya melalui

iklan yang telah diorder. Adanya iklan Geronimo hidup jadi ada pemasukan uangnya bisa buat produksi iklan.

8. Berapa porsi untuk iklan lokal barter dan nasional?

Jawaban:

Promosi 30-40% Barter itu iklan yang benar-bener bisa tukar dengan apa yang mereka tawarkan, beda-beda sih intinya bisa jadi kalau resto gitu kita bisa menyewa dengan gratis tempatnya dan minumannya pada saat Geronimo ada kegiatan off air atau ada acara kantor. Iklan lokal barter sendiri tergantung kesepakatan antara yang order iklan sama pihak kami ataupun Geronimo juga dapat voucher makan atau potongan harga barang. Kalau untuk iklan nasional sendiri 60-70% dan itu tergantung kesepakatan kami berdua, soalnya kita udah tawarkan harga sekian namun biasanya masih minta nego. Di Geronimo untuk pemotongan harga masih sesuai dengan prosedur jadi ga asal potong harga asal dapet iklan. Makanya iklan yang masukpun pastinya sesuai dengan kebutuhan kami maupun pendengar kami. Karena kami ingin selalu digemari anak muda dan apa yang mereka cari kami siap membantu salah satunya informasi yang tepat bagi mereka.

101.7 FM JOGJA!

THE SOUNDTRACK OF YOUR LIFE

SWARAGAMA

IKLAN NASIONAL SWARAGAMA JULI 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Talkshow	Live Report
1	Mie Sedap Ayam Krispi	155	155			
2	Minori	40				
3	Mintz	42				
4	Teh Rio	310				
5	Kopi Top	310				
6	Segar Dingin	155				
7	Buahvita	104				
8	Campina	44				
9	Systema Nano	155				
10	Tresmee	20				
11	Sunsilk	23				
12	Ciptadent	80				
13	Nuvo	155				
14	Emeron Shampo	80				
15	Ponds Man	94				
16	Canesten	57				
17	Aromatic	105				
18	Ponds Night Cream	96				
19	Advan	45				
20	Indosat		118			
21	Telkomsel	95				
22	Geisha	120				
23	Suzuki Wagon R	30				
24	Dagadu	31				

25	UTY	240				
26	Balai Pendidikan YK	50				
27	Bee Talk	35	15			
28	Citilink	12	18			
29	Air Asia	20				
30	Hokben	184				
32	Berniaga.com	48				
33	Jokowi	40	30			
34	Keselamatan berkendara	8				

IKLAN LOKAL BARTER SWARAGAMA JULI 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Talkshow	Sponsor
1	Thereery (LB)	170				
2	3 Second (LB)		75			
3	Rumah Pohon(LB)	290				
4	Cupuwatu (LB)	270	180			
5	District(LB)	83				
6	Bungong Jeumpa (LB)	60				
7	Zodiak Hotel (LB)	1				
8	Aspari <i>Exclusive</i> Kos (LB)	50				
9	Klinik hewan Jogja (LB)	180	90			
10	Palamet Surf (LB)	92				
11	Body and Soul (LB)	50				
12	Sushi story (LB)	35				

IKLAN NASIONAL SWARAGAMA AGUSTUS 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Talkshow	Live Report
1	Mie sedap	150				
2	Teh rio	150				
3	Kopi Top	150				
4	Segar Dingin	150				
5	Kapal Api	20	30			
6	Canesten	72				
7	Nokia Lumia		92			
8	Telkomsel		25			
9	Simpati	48	20			
10	Langit Musik	25				
11	UTY				1	
12	Fak. Sastra Jepang UGM	30				
13	LINE	105				
14	Citilink	24	36			
15	Air Asia	20				
16	Zodiak Hotel	10				
17	Rumah Pohon Mas Dewo	45				
18	Calais	90				
19	Republik Nongkrong	60				

IKLAN LOKAL BARTER AGUSTUS 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert	Talkshow	Live Report
1	Computa (LB)	100				
2	Bursa buku (LB)	21				
3	Nona Shop butik (LB)	30				
4	In-Teeshirt (LB)	84			6	
5	ELTI (LB)	90				
6	Sunrise Hotel (LB)	16	24			
7	Trendy Promo Mandiri (LB)	42	42			
8	Lembaga Perpustakaan DIY (LB)	6				
9	JPH (LB)	240				

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert/Quiz	Talkshow	Live Report
1	Mie Sedap	155				
2	Kobayashi	25				
3	Teh Rio	185				
4	Kopi Top	155				
5	Segar Dingin	155				
6	Ale-Ale	155				
7	Nescafe		12	5		
8	Ciptadent	150				
9	Emeron	150				
10	Citra hanbody	54				
11	Samsung Core 2		65			
12	Lenovo 850		25			
13	Hp Printer		42			
14	Asus laptop		41			
15	Deasy-nalai	90				
16	Nidji	90				
17	Indah DP	60				
18	FIB UGM	30				
19	Swift English	720				
20	UAJY perpustakaan	21				
21	Citilink	200				
22	Air Asia	60				
23	Cubic	540				
24	Matahari Store	60				
25	BRI Junior	39	3			1
26	Mandiri Wirausaha		8	2		
27	Danoe	15				

	Rekruitmen					
28	Pelestarian kebudayaan Yogyakarta	43				

IKLAN LOKAL BARTER SWARAGAMA SEPTEMBER 2014

No	Nama Produk	Spot	Adlib	Insert/ Quiz	Talkshow	Live Report
1	Wardah (LB)	42				
2	Scuto Mobil Sticker (LB)	80				
3	Sagan Super Sambel (LB)	10				
4	ESCO (LB)	120				
5	Calais (LB)		25			
6	Lare Beverly Hills resto (LB)	60				
7	Yogyakomtek (LB)	20				
8	Job Fair (LB)	16	6	11		

Yogyakarta, 7 Mei 2015

TRANSKRIP WAWANCARA RADIO SWARAGAMA

Narasumber:

Andita Sabatini, Marketing staff Radio Swaragama FM

1. Kenapa iklan konsumen selalu mendominasi pemasukan iklan di Swaragama?

Jawaban:

Basic radio Swaragama itu sendiri untuk kalangan anak muda jadi wajar sih kalau iklan konsumen apalagi yang disenangi anak muda dan pastinya iklan komersial. Pemasok iklan juga pasti membelanjakan iklannya udah sesuai target untuk media yang pas bagi mereka. Bisa dilihat kayak iklan resto dan bar pasti banyak orang anak muda sekarang senengnya nongkrong.

2. Kenapa dari waktu tiga bulan penelitian iklan selain iklan konsumen tidak mendominasi bahkan mendapat angka 0%, seperti iklan antarbisnis, perdagangan, eceran, keuangan, langsung , rekrutmen ataupun iklan pelayanan masyarakat?

Jawaban:

Kalau kita radio *berbasic* anak muda pastinya iklannya kitapun yang pas dan sesuai anak muda kalau iklan yang selain konsumen gitu memang jarang soalnya jarang juga perusahaan yang tentunya targetnya untuk orang tua tersebut membelanjakan iklannya di Swaragama. Lagian kita masih punya embel-embel UGM pasti udah jelas ini anak muda banget gitu. Radio Swaragama juga masi radio pengembangan berbasis kampus

yang menjadi komersial dan sebagai pusat informasi yang tepat bagi pendengarnya.

3. Kenapa grafik di bulan Juli tinggi?

Jawaban:

Mulai bulan Maret memang mulai banyak iklan masuk nah memang puncak kalau Juli soalnya bulan Ramadhan dan menyambut Lebaran. Biasanya perusahaan itu nahan *budget* buat iklan di awal tahun jadi rame mulai pertengahan tapi belum tentu stabil juga.

4. Kenapa pada saat bulan Agustus pemasukan iklan menurun?

Jawaban:

5. Bulan Agustus sepi memang hal yang wajar aja soalnya setelah mengalami puncak daya beli masyarakat yang tinggi dan memang dari tahun ke tahun kalau lebaran memang sepi soalnya banyak yang libur apalagi Swaragama adalah radio yang *berbasic* UGM sehingga memang memengaruhi pemasok iklan khususnya dari pihak internal disamping itu persediaan stok barang maupun kebutuhan sehari-hari pasti udah ada karena telah terbeli saat bulan Ramadhan.

6. Pada bulan September pemasukan iklan kembali naik, disebabkan oleh apa?

Jawaban:

Pada bulan September mulai naik lagi terlebih Swaragama masih menyangkut kampus UGM, kan di bulan September banyak mahasiswa baru jadi banyak juga info-info untuk kalangan anak muda dari tempat

nongkrong ataupun tempat kursus dan seputar pendidikan yang bermanfaat buat pendengarnya.

7. Bulan apa saja yang biasanya pemasukan iklan menjadi lebih tinggi?

Jawaban:

Mulai dari bulan Maret sampai akhir tahun tapi pasti ada grafik naik turun, tapi memang paling ramai pas menjelang akhir tahun karena berkaitan juga dengan perayaan Natal.

8. Iklan sumber penghidupan yang mutlak bagi media kalau di Swaragama sendiri seberapa penting iklan untuk menunjang kehidupan Gerinomo?

Jawaban:

Pasti penting banget. Di Swaragama juga dibantu sistem *off air* yaitu *event organizer, STC, My Magz, Jogja Family, monthly newsletter* tapi kalau di Swaragama sistemnya hanya saling membantu dan dapat barter pada iklan juga kesepakatan internal perusahaan kalau selebihnya iklan yang datang ke kita dan itu sumber yang paling besar untuk penghidupan.

9. Berapa porsi untuk iklan lokal barter dan nasional?

Jawaban:

Iklan lokal barter juga tidak kalah banyak dengan nasional asal sesuai dan cocok dengan target pendengar kita biasanya kita ambil iklan tersebut. Kalau iklan lokal barter tidak berupa uang melainkan fasilitas lainnya seperti voucher, produk, tempat, tiket promo dsb. Iklan di Swaragama masuk biasanya para pemasok iklan datang ke kita ataupun kita dapat iklan dari *agency* iklan.

Biasanya kalau iklan nasional bisa lewat telpon ordernya dan biasanya sudah langganan beriklan di radio Swaragama pada bulan sebelumnya atau pada tahun lalu.

Dan kalau untuk masalah harga itu kesepakatan antara kami.