

IMPLEMENTASI STRATEGI PROGRAM DI RADIO JIZ FM

Oleh :

SONDRI ARYADI

Nim. 20130530136

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Jl. Brawijaya,
Kasih, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta 55183, Telp +274
387656, Indonesia.

E-Mail address : Sondriaryadi6@gmail.com

ABSTRAK

Radio JIZ FM merupakan radio yang belum lama mengudara dengan nama dan program siarannya, dan lebih dominan memutar musik-musik non-stop nya. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti bagaimana implementasi strategi program di radio JIZ FM. Kondisi ini menarik untuk diteliti karena banyaknya radio-radio swasta lain yang telah lama mengudara terlebih dahulu dan mempunyai format-format siaran program musik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implementasi strategi program di Radio JIZ FM.

Metode penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, di mana data yang diperoleh bukan berupa angka. Data yang didapat digunakan untuk menjelaskan atau melaporkan data dengan apa adanya, kemudian memberikan interpretasi terhadap data tersebut.

Hasil penelitian adalah perencanaan program di radio JIZ FM yaitu dilakukan dari proses persiapan produksi program yang meliputi kegiatan seperti rapat persiapan, rapat pemantapan program dan keputusan tentang produksi program. Terakhir adalah koordinasi dengan pihak-pihak terkait. Produksi yang diputar oleh radio JIZ FM yaitu hasil membuat sendiri dan dari pihak lain. Tim Kreatif radio JIZ FM tidak membuatkan semua materi untuk program siaran. Dalam proses pelaksanaan program radio JIZ FM telah menentukan pembagian waktu siaran yang diatur dari mulai dimulai dari jam 05.00-09.00. Rundown yang ditetapkan selama 24 jam di atas, selanjutnya dibagi ke tiga orang penyiar.

Program acara yang ada di radio JIZ FM ini sudah dijelaskan bahwa tujuan utamanya menambah pendengar serta mempertahankan pendengar yang telah ada. Namun apabila suatu program yang dilakukan dengan usaha yang keras serta melakukannya dengan total beberapa hasil yang menjadi tambahan akan ikut menjadi hasil kerja kerasnya. Radio JIZ FM juga menyiapkan beberapa program

lanjutan yang akan diselenggarakan setelah ini. Programnya ada yang khusus untuk menyambut hari-hari besar Islam maupun hari besar Nasional.

Kata kunci: Implementasi, Strategi Program, Radio JIZ FM

ABSTARCT

Radio JIZ FM is a radio that has recently aired with the name and program broadcast, and more dominant play its non-stop music. This makes researchers want to examine how the implementation of program strategy in JIZ FM radio. This condition is interesting to investigate because many other private radios that have long aired in advance and have format of broadcast music program. The purpose of this research is to know the implementation of program strategy in Radio JIZ FM.

The research method used descriptive qualitative research type. Data collection techniques used interview and documentation techniques. This research uses qualitative method, where the data obtained is not a number. The data obtained is used to describe or report the data as is, then provide an interpretation of the data.

The result of the research is the program planning in JIZ FM radio that is done from the process of preparing the production of the program which includes activities such as preparatory meetings, program stabilization meetings and decision on program production. Last is coordination with related parties. Production played by JIZ FM radio is the result of making it yourself and from other parties. The JIZ FM radio Creative team does not make all the material for the broadcast program. In the process of implementation of JIZ FM radio program has determined the distribution of broadcasting time is set from start from 05.00-09.00 hours. Rundown set for 24 hours above, then divided into three broadcasters.

The event program on JIZ FM radio has been explained that the main purpose of adding listeners as well as retaining existing listeners. But if a program that is done with a hard effort and do it with a total of some additional results will be a result of hard work. Radio JIZ FM also prepares several advanced programs which will be held after this. The program is special to welcome the big days of Islam as well as the national holidays.

Keywords: Implementation, Program Strategy, Radio JIZ FM

A. LATAR BELAKANG

Radio siaran merupakan salah satu media komunikasi yang siarannya ditujukan kepada umum. Adapun pelayanan yang dapat diberikan oleh radio siaran dapat berupa aspek-aspek yang menyentuh kehidupan masyarakat dengan menyediakan informasi-informasi yang mungkin sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama yang menyangkut permasalahan pembangunan yang dilaksanakan oleh pemerintah juga tidak terlepas dari segi pelayanannya kepada masyarakat. Setiap radio yang melakukan siaran pasti memiliki program yang akan menjadi program favorit atau andalan bagi radio tersebut. Program didasarkan secara rutin pada jam-jam yang sudah ditentukan di dalam program reguler terdapat kekreatifan yang dapat menarik pendengar. Respon dari pendengar sangat dibutuhkan secara tidak langsung mereka yang akan menerima dan menilai program kita. Apabila radio berhasil menarik atau meningkatkan jumlah pendengar, maka akan menarik minat pengiklan untuk mengiklankan barang atau jasanya.

Radio JIZ FM merupakan radio yang belum lama mengudara dengan nama dan program siarannya, dan lebih dominan memutar musik-musik non-stopnya. Hal ini membuat peneliti ingin meneliti bagaimana implementasi strategi program di radio JIZ FM. Kondisi ini menarik untuk diteliti karena banyaknya radio-radio swasta lain yang telah lama mengudara terlebih dahulu dan mempunyai format-format siaran program musik. Jika ditelusuri, radio JIZ FM pada awalnya memiliki jumlah pendengar dengan strategi siaran yang berorientasi pada kebutuhan pendengar. Di awal-awal berdirinya, radio JIZ FM berhasil menarik perhatian pendengar radio di Yogyakarta. Pendengar antusias dalam menyambut kehadiran radio JIZ FM. Hal tersebut tidak terlepas dari program yang ditawarkan oleh radio JIZ FM yaitu program radio musik. Banyaknya pesaing radio swasta yang menawarkan konsep siaran yang sama menjadi tantangan tersendiri bagi radio JIZ FM dalam menentukan dan melaksanakan strategi program.

Secara umum program radio terdiri atas dua jenis yaitu musik dan informasi. Kedua jenis program ini kemudian dikemas menjadi bentuk format siaran yang pada intinya harus mampu memenuhi kebutuhan khalayak dalam musik dan informasi. Hal tersebut disebabkan karena produksi siaran radio adalah inti dari radio, serta program siaran radio pun sangat banyak dan beragam dalam kemasannya, maka keterampilan memproduksi acara pada radio harus lebih ditingkatkan mengingat kurangnya minat anak-anak, remaja, ataupun dewasa yang kurang mendengarkan radio

B. RUMUSAN MASALAH

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah: bagaimana implementasi strategi program di radio JIZ FM ?

C. KERANGKA TEORI

Strategi berasal dari bahasa Yunani, yang berarti “kepemimpinan” (*Leadership*). Menurut Tjiptono (2006:3) istilah strategi berasal dari bahasa Yunani yaitu strategi yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang Jendral. Strategi juga bisa diartikan suatu rencana untuk pembagian dan penggunaan kekuatan Militer pada daerah-daerah tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Menurut Rangkuti (2013:183) pengertian strategi yaitu perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya.

Sementara itu, *Programming* adalah perorganisasian program radio atau televisi dalam periode harian, mingguan, atau periode bulanan. *Programming* dalam bahasa Indonesia adalah penjadwalan program yang akan diudarakan (*to be aired*). Jadi sinonim *Programming* adalah *scheduling*. Lembaga penyiaran umumnya menggunakan strategi, yaitu secara rutin mengganti ulang penjadwalan ini untuk tetap merebut perhatian pendengar dan pemirsanya (*audience*) dengan hadirnya program-program yang terbaru (Hidajanto Djmal dan Andi Fachruddin, 2011:135). Strategi itu sendiri mengacu kepada perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendi, 1978:300). Dengan demikian strategi *Programming* merupakan perencanaan dan manajemen *Programming* untuk mencapai suatu tujuan. Hal yang dinikmati oleh masyarakat dari industri televisi adalah program acara. Salah satu kunci sukses dari program acara terletak pada *Programmingnya*.

Dalam siaran televisi, *programmers* membagi beberapa waktu siaran televisi ke dalam standar periode waktu televisi (*dayparts*). Berikut urutan pembagian standar waktu periode televisi (Barry L. Sherman, 1995:342-346):

- a. *Daytime Programming*, terbagi atas: *early morning*, yakni pukul 6.00-9.00, *morning*, pukul 9.00-12.00, dan *afternoon*, pukul 12.00-16.00.
- b. *Evening Programming*, terbagi atas: *early fringe*, yakni pukul 16.00-18.00, *early evening* atau *early news*, pukul 18.00-19.00, *prime time access* atau *prime access*, pukul 19.00-20.00, dan *prime time* pada pukul 20.00-23.00.
- c. *Late-Night Programming*, terbagi atas: *late fringe*, yakni pukul 23.00-23.30, *late-night*, pukul 23.30-2.00 pagi, dan *overnight*, pukul 2.00-6.00.

Sementara itu, dalam konteks siaran radio, Morissan (2008:273) mengemukakan bahwa memberikan batasan tentang strategi kreatif yaitu dari aspek manajemen dan atau sering disebut manajemen strategis. Lebih lanjut, dijelaskan Morissan bahwa dalam manajemen strategi program

radio ini terdiri atas perencanaan program, produksi dan pembelian program, eksekusi program, pengawasan dan evaluasi program (Morissan, 2008:273). Strategi program dalam stasiun radio sendiri dituangkan ke dalam susunan program acara, susunan program acara tersebut mesti yang berorientasi pada selera audiens sebagai sasaran penerima pesan, guna menjalankan fungsi radio sebagai media penyiaran. Sehingga dalam membuat program diperlukan strategi kreatif agar dapat bersaing dengan program-program radio dalam waktu yang lama.

Strategi program ialah perencanaan sebuah stasiun radio untuk membuat dan menyajikan program acara sedemikian rupa agar menjadi rangkaian acara yang menarik sehingga tidak kalah saing dengan radio lain. Peter Pringle (dalam Morissan, 2008:273) menjelaskan strategi program yang ditujukan dari aspek manajemen strategi yaitu sebagai berikut, 1. Perencanaan program, 2. Produksi dan pembelian program, 3. Eksekusi program, 4. Pengawasan dan evaluasi program.

1. Perencanaan Program

Perencanaan program adalah langkah yang sangat menentukan dalam menentukan program radio. Pada stasiun radio perencanaan program mencakup pemilihan format dan isi program yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audiens yang terdapat pada suatu segmen audiens berdasarkan demografi tertentu.

2. Produksi dan Pembelian Program

Langkah selanjutnya dalam strategi program adalah produksi dan pembelian program. Dalam hal ini, yang bertanggungjawab adalah *manager* program. *Manager* program bertanggung jawab melaksanakan rencana program yang sudah ditetapkan dengan cara memproduksi sendiri program atau mendapatkannya dari sumber lain atau akuisisi (pembeli). Memproduksi program membutuhkan ide atau gagasan agar program tersebut berbeda dengan program-program yang lain.

3. Eksekusi Program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan. Bagian program harus menganalisis dan memilah-milah setiap bagian waktu siaran untuk mendapatkan berbagai audiens yang diinginkan, karena jam yang berbeda akan mendapatkan audiens yang berbeda pula.

Pengelola program harus menyusun atau menata program sebaik mungkin, untuk itu ia harus memiliki strategi menata acara (*scheduling strategies*) (Morissan, 2008: 305-306).

- a. Pembagian waktu siaran
Menentukan jadwal penayangan suatu acara ditentukan atas dasar perilaku audiens, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan juga kebiasaan untuk menonton televisi atau mendengarkan siaran radio pada jam tertentu. Secara umum, programmer membagi siaran menjadi beberapa bagian, *prime time*, *late fringe time*, *all other time*, *day time*, dan *fringe time*.
- b. Strategi penayangan
Program siaran tidak hanya bersaing dengan program siaran sejenis tetapi juga dengan media lainnya. Suatu media penyiaran mungkin memiliki acara populer yang banyak disukai publik tetapi bisa jadi terdapat lebih banyak acara-acara yang kurang populer atau mungkin ada acara baru sama sekali yang belum dikenal.
- c. Program tandingan
Strategi penayangan program tandingan adalah strategi untuk merebut audiens yang berada di stasiun saingan untuk pindah ke stasiun sendiri dengan cara menjadwalkan suatu program yang memiliki daya tarik berbeda untuk menarik audiens yang belum terpenuhi kebutuhannya.
- d. Strategi membangun audiens
Strategi membangun audiens ini merupakan strategi untuk membangun audiens ada satu acara baru atau meningkatkan jumlah audiens atas suatu program yang mulai mengalami penurunan popularitas.
- e. Penghalang (*stunting*)
Strategi untuk merebut perhatian audiens dengan cara melakukan perubahan jadwal program secara cepat.

4. Evaluasi Program

Proses pengawasan dan evaluasi menentukan seberapa jauh suatu rencana dan tujuan sudah dapat dicapai atau diwujudkan oleh stasiun penyiaran, departemen dan karyawan. Pengawasan harus dilakukan berdasarkan hasil kerja atau kinerja yang dapat diukur agar fungsi pengawasan dapat berjalan secara efektif.

D. PEMBAHASAN

Strategi program ialah perencanaan sebuah stasiun radio untuk membuat dan menyajikan program acara sedemikian rupa agar menjadi rangkaian acara yang menarik sehingga tidak kalah saing dengan radio lain. Peter Pringle (dalam Morissan, 2008:273) menjelaskan strategi program yang ditunjukkan dari aspek manajemen strategi yaitu sebagai berikut, 1. Perencanaan program, 2. Produksi dan pembelian program, 3. Eksekusi program, 4. Pengawasan dan evaluasi program.

1. Perencanaan program

Perencanaan program adalah langkah yang sangat menentukan dalam menentukan program radio. Perencanaan suatu program acara tidak terlepas dari penemuan ide-ide dari para stakeholder yang ada di dalamnya. Selain penemuan ide, perencanaan juga meliputi kegiatan dalam strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Dicky Mahardika sebagai Program *Director* bahwa dalam proses penemuan ide dilakukan dengan melakukan brainstorming, proses brainstorming ini akan dicari ide-ide dari setiap orang yang hadir pada saat itu. Brainstorming yang dilakukan oleh tim kreatif JIZ FM merupakan tahap paling dasar dalam membuat suatu program kreatif, disini segala ide yang dimaksud kreatif dan unik di list dan didiskusikan. Brainstorming ide tidak dapat dilakukan hanya satu kali lalu langsung mendapat ide yang bagus untuk sebuah program. Namun sebuah brainstorming biasanya dilakukan beberapa kali hingga menemukan ide yang sesuai dengan keinginan pendengar.

Menurut Dicky Mahardika, persiapan pembuatan suatu program tidak mudah dan tidak bisa dilakukan dalam waktu singkat. Akan tetapi ada beberapa tahapan yang perlu disiapkan. Persiapan yang matang dapat tertata dan lancar hingga program tersebut selesai.

Dalam proses perencanaan ini, segala hal yang menyangkut persiapan produksi program harus diselesaikan, seperti jalannya koordinasi dengan pihak-pihak terkait. Koordinasi dengan pihak-pihak terkait sangatlah penting, karena sebuah program apabila tidak melakukan koordinasi yang jelas dapat melanggar hak cipta.

2. Produksi dan pembelian program

Menurut Morissan (2008:307-308), dilihat dari siapa yang memproduksi program, maka terdapat dua tipe program, yaitu program yang diproduksi sendiri dan program yang diproduksi pihak lain. Program yang diputar oleh stasiun radio selain

diproduksi sendiri, juga bisa diperoleh dengan cara membeli atau memproduksinya sendiri.

Program pada media penyiaran dibutuhkan untuk mengisi waktu siarannya dan tidak akan berfungsi apa-apa tanpa tersedia program untuk disiarkan. Dalam stasiun radio, pada umumnya yang bertanggungjawab pada pembuatan program adalah bagian *manager* produksi. Sebuah program memiliki suatu tata cara atau bahasa tersendiri saat menyiarkannya, serta sesuai dengan segmentasinya.

Tim kreatif radio JIZ FM tidak membuatkan semua materi untuk program siaran. Beberapa materi sekiranya dapat mendukung siaran harus bisa dicari dan dibuat sendiri oleh penyiar. Pembuatan materi setiap program tidak asal langsung dibuat dan disiarkan. Namun juga harus sesuai dengan ketentuan- ketentuan dari tim kreatif. Setiap penyiar diharapkan membuat materi yang berbeda, hal ini akan membuat pendengar lebih setia mendengarkan karena mereka tidak diberi info yang sama. Sehingga mereka dapat menebak-nebak info apa yang akan di sampaikan oleh penyiar.

Menurut Erwita, sebagai penyiar di radio JIZ FM ia dibebankan untuk menjalankan tugas sesuai dengan waktu yang sudah diatur oleh tim. Erwita mengatakan bahwa ia diberi tugas selama empat jam. Pada realitanya, terkadang aturan tersebut di atas bisa berubah. Perubahan itu misalnya salah satu penyiar ada keperluan mendadak dan penting, maka akan ada perubahan waktu bersiaran.

Radio JIZ FM tidak menerapkan sistem dimana penyiar hanya tinggal datang dan menyiarkan sebuah program, namun di radio JIZ FM sistem penyiar mencari materi-materi sendiri sangat diterapkan. Hal itu akan membuat sebuah siaran lebih menyenangkan dan apa adanya sebab penyiar sendirilah yang memilih materi-materi apa yang akan dibicarakan.

3. Eksekusi program

Eksekusi program mencakup kegiatan menayangkan program sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Strategi penayangan program yang baik sangat ditentukan oleh bagaimana menata atau menyusun berbagai program yang akan ditayangkan. Menata program adalah kegiatan meletakkan atau menyusun berbagai program pada suatu periode yang sudah ditentukan.

Pengelola program harus menyusun atau menata program sebaik mungkin, untuk itu ia harus memiliki strategi menata acara (*scheduling strategies*).

a. Pembagian waktu siaran

Penentuan jadwal penayangan suatu acara didasarkan pada perilaku audiens, yaitu rotasi kegiatan mereka dalam satu hari dan

juga kebiasaan untuk menonton televisi atau mendengarkan siaran radio pada jam tertentu.

Berdasarkan data program diatas, setiap hari program radio dimulai dari jam 05-00-09.00. dalam hal menentukan waktu kedatangan ke studio menurut Erwita, penyiar radio JIZ FM, sebelum ia membawakan siaran, ia harus datang lebih awal. Ia harus mempersiapkan segala hal yang berkaitan dengan materi siaran yang akan ia bawakan hari itu

b. Strategi penayangan

Program kedua adalah JIZ 48 tidak terlalu berbeda dengan semangat pagi, Erwita merupakan penyiar dari JIZ 48, JIZ 48 juga memberikan informasi-informasi mengenai program yang sedang diputar, namun pada program ini identik dengan TIWAW yaitu titi dan wawan, yang memberikan sedikit hiburan lucu di sore hari dengan keluguan mereka.

c. Program tandingan

Tim kreatif radio JIZ FM selalu membuat program yang unik namun tidak serta merta menghilangkan program-program lama. Sehingga para pendengar tetap dapat mendengarkan program favorit mereka namun juga radio JIZ FM tetap dapat memunculkan ide program yang kreatif. Produksi program di radio JIZ FM Yogyakarta memiliki keunikan dibandingkan produksi program di radio lainnya karena menggunakan teknik live delay.

d. Strategi membangun audiens dan penghalangan

Salah satu strategi yang dapat dilakukan oleh bagian program yaitu dengan melakukan perubahan jadwal program secara cepat, misalnya dengan cara penundaan siaran atau pemutaran suatu program. Dalam hal, ini strategi yang diterapkan yaitu dengan menjeda beberapa menit pemutaran program oleh penyiar. Penyiar dalam hal ini dapat melakukan editing dan mixing untuk membuat konten siaran menjadi lebih menarik. Radio JIZ FM merupakan radio pertama di Yogyakarta yang memproduksi programnya secara live delay.

4. Evaluasi Program

Dalam mengevaluasi program tergantung pada jenis program yang diproduksi. Apabila program striping, akan lebih mudah mengevaluasi karena waktunya hanya singkat. Evaluasi yang lebih sulit misalnya pada program-program jangka panjang yang

tahapan pembuatannya cukup rumit. Sistem untuk penyiaran radio JIZ FM memang bisa dibidang berbeda dari yang lain. Sistem ini juga yang mengajarkan para penyiar lebih mandiri lagi serta dapat ilmu dari sebuah siaran.

Evaluasi yang dilakukan biasanya juga ditulis secara terinci menjadi sebuah laporan untuk arsip pribadi radio JIZ FM, namun tidak hanya evaluasi program saja yang di buat laporan, namun hasil kerja seusai program juga dibuat sebuah laporan.

Radio JIZ FM juga menyiapkan beberapa program lanjutan yang akan diselenggarakan setelah ini. Programnya ada yang khusus untuk menyambut hari-hari besar Islam maupun hari besar Nasional.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, dapat penulis simpulkan mengenai strategi program radio JIZ FM yaitu sebagai berikut :

1. Perencanaan Program

Dari segi perencanaan, terlihat bahwa perencanaan program di radio JIZ FM yaitu dimulai dengan proses persiapan produksi program yang meliputi kegiatan seperti rapat persiapan, rapat pemantapan program dan keputusan tentang produksi program. Terakhir adalah koordinasi dengan pihak-pihak terkait.

2. Produksi dan pembelian program

Tim kreatif radio JIZ FM tidak membuatkan semua materi untuk program siaran. Beberapa materi sekiranya dapat mendukung siaran harus bisa dicari dan dibuat sendiri oleh penyiar. Pembuatan materi setiap program tidak asal langsung dibuat dan disiarkan. Namun juga harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan dari tim kreatif.

3. Eksekusi program

Dalam proses pelaksanaan program radio JIZ FM telah menentukan pembagian waktu siaran yang dimulai dari jam 05.00-09.00. data program harian ditetapkan diatas yang ditetapkan selama 24 jam diatas, selanjutnya di bagi ke tiga orang penyiar. Masing-masing penyiar yaitu pada program pagi, kemudian program sore (16.00-20.00) yang dipegang oleh erwita sendiri. Di radio JIZ FM Yogyakarta memiliki keunikan dibanding produksi program di radio lain karena menggunakan teknik live delay.

4. Evaluasi program

Hasil penelitian menemukan bahwa evaluasi yang dilakukan biasanya juga ditulis secara terinci menjadi sebuah laporan untuk arsip pribadi radio JIZ FM, namun tidak hanya evaluasi saja yang di buat laporan, namun hasil kerja seusai program juga dibuat sebuah laporan.

. DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Darwanto, 2007. *Televisi sebagai Media Pendidikan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana, 1978. *Radio Siaran Teori dan Praktek*. Bandung. Alumni.
- Mcleish, Robertm 2005.*Radio Production*.Fifth Edition. Oxford, UK: Elsevier Inc
- Jalaludin Rakhmat, 2005, *Psikologi Komunikasi*, edisi revisi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mcleish, Robertm 2005.*Radio Production*.Fifth Edition. Oxford, UK: Elsevier Inc
- Mardalis, 1993. *Metode Penelitian* , Jakarta: Bumi Aksara
- Miles, Matthew B dan A Michael Huberman, 1992.*Analisis Kualitatif*: Penerjemah Tejek Rohendi Rosidi, Jakarta: UI Press.
- Moleong, 1998, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, CV. Remaja. Rosdakarya, Bandung
- Morissan, 2008.*Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Radio*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Mulyana, Dedi. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, Hadari & Martini, Mimi. 1994. *Penelitian Terapan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Rakhmat, Jalaludin, 1998. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soenarto, RM. 2007. *Program Radio dari Penyusunan Sampai Pengaruh Siaran*, Jakarta: FFTV-IKJ.
- Subarsono, AG. 2006. *Analisis Kebijakan Publik:Konsep, Teori dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandy, 2006, *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi
- Hidajanto Djmal dan Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran: Sejarah, Organisasi, Operasional, dan Regulasi*, Jakarta: Kencana, 2011.

Susan Eastman Tyler, Sydney W. Head. Lewis Klein, *Broadcast/ cable programming, Strategi & Practices, 2th Edition* , California: Wadsworth Publishing Company, 1984.

Barry L. Sherman, *Telecommunications Management, Broadcasting / Cable and The New tecnologies, 2nd Edition*, McGraw-Hill Inc, 1995.

Internet

“Program”, dalam <http://www.895jizfm.com/program>, diakses pada 12 Desember 2017

Wawancara

Dokumen JIZ FM, diambil pada tanggal 12 Desember 2017

Andy Wibowo (Manager), wawancara pada tanggal 15 November 2017, Di Radio JIZ FM Yogyakarta

Dicky Mahardika (Program Director), wawancara pada tanggal 15 November 2017, di Radio JIZ FM Yogyakarta.

Erwita (Penyiar), wawancara pada tanggal 14 November 2017 di Radio JIZ FM Yogyakarta

Dedy Kurniawan (Pendengar), wawancara pada tanggal 12 Desember 2017, di Kampus UMY

Adul (Pendengar), wawancara pada tanggal 13 Desember 2017, di kontrakan

