

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Alfarizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Andhita, P. R., Sos, S., & Kom, M. I. (2021). *Komunikasi Visual (Vol. 1)*. Zahira Media Publisher.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Produser Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bugin, Burhan. (2011). *Metodologi penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Kedua*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied H. (2013). *Perencanaan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Daryanto dan Rahardjo Muljo. (2016). *Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Gaya Media.
- Effendy, Uchjana Onong. (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Jaiz, Muhammad (2013). *Dasar-dasar periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kartamukti. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persabda.
- Kustiawan, Usep. (2016). *Pengembangan Media Pembelajaran Usia Dini*. Malang: Gunung Samudra.
- Masduki. (2004). *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta: Pustaka Populer LKiS.
- Masduki. (2006). *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*. Yogyakarta: LkiS.
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Moleong, Lexy J. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. (2008). *Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio & Televisi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morrisan. (2011). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup.
- Nasution. (2012). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nyoman, Ratna Kutha. (2010). *Metodologi Penelitian Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada Umumnya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Prayudha, Harley. (2005). *Radio Suatu Pengantar Untuk Wacana dan Praktis Penyiaran*. Malang: Banyumedia Publishing.
- Sarwono, Jonathan. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastris, Lilis. (2012). *Manajemen Sebuah Pengantar*. Jakarta: La Goads Publishing.
- Sulvinajayanti. (2018). *Manajemen dan Konvergensi Media Penyiaran*. Makassar Sulawesi Selatan: Aksara Timur.
- Tanzeh, Ahmad. (2011). *Metode Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tasrudin, Ramsiah. (2011). *Strategi Periklanan dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*. Makassar: Alaudin University Press.

### **Skripsi:**

Hamdhani. Febri. 2018. *Manajemen Radio El John 102.6 Fm Pekanbaru Dalam Meningkatkan Jumlah Pemasang Iklan*. Skripsi. Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru. Diunduh dari <http://repository.uin-suska.ac.id/16395/>. Diakses pada tanggal 1 April 2021.

Musfiroh, Siti. 2014. *Strategi Program Suara (Salam Ukhuwah Erdamah) Sebagai Media Dakwah Di Radio Erdamah 107.7 Fm*. Skripsi. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Diunduh dari <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/26834?mode=full>. Diakses pada tanggal 29 April 2021.

Wahyudi, Iman. 2018. *Manajemen Komunikasi Marketing Periklanan Dalam Menarik Minat Pengiklan Di PT Kardopa*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Diunduh dari <http://repositori.umsu.ac.id/xmlui/handle/123456789/874>. Diakses pada tanggal 19 Februari 2021.

### **Jurnal**

Herdiana, A. (2018). Dakwah di Media Siber. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 12(2), 223-240.

Andhita, P. R. (2021). Hierarki Pengaruh Dalam Pemberitaan Gibran Sebagai Calon Kandidat Walikota Surakarta Di Solopos. com. *Avant Garde*, 9(1), 35-48.

Andhita, P. R. (2021). Pendampingan Penulisan Opini Media Daring pada PC IMM Banyumas dengan Pendekatan Group Achievement. *Warta LPM*, 24(2), 230-238.

Anis, A. (2018). KOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL. *El-Hamra*, 3(1), 17-24.

Putri, R. N. A., & Andhita, P. R. (2021). Strategi Komunikasi Krisis Pengelola Desa Wisata Dam Jati Dalam Menghadapi Pandemi Covid-19. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 4(2), 124-135.

## **Undang-Undang**


Peraturan Daerah Kabupaten Brebes Nomor 8 Tahun 2007 *Pembentukan Lembaga Penyiaran Publik Lokal Radio Kabupaten Brebes*. 15 Mei 2007. Brebes.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomer 11 Tahun 11 2005 *Penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Publik*, bab III, pasal 7, ayat 3.

Republik Indonesia. *Undang-undang RI Nomor 32 Tahun 2002 Tentang Penyiaran*, bab III, pasal 14, ayat 1,2,3.

Lampiran II

**SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN**

 **LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT (LPPM)**  
**UNIVERSITAS PERADABAN**  
*Alamat : Jalan Raya Paguyangan Km. 3 Paguyangan Brebes 52276  
Telp. (0289) 432032 Fax, (0289) 430003*

---

Nomor : 314/PI/LPPM.061042/VI/2021  
Hal : Permohonan pelaksanaan penelitian

Yth. Kepala Radio Top Fm Paguyangan  
di  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan Hormat,  
Sehubungan dengan rencana penelitian untuk Tugas Akhir (Skripsi) mahasiswa Universitas Peradaban tersebut di bawah ini:

Nama : Nur Amalia Oktiviani  
NIM : 43217016  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Perencanaan Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) Dalam Menarik Pengiklan Di Radio Top Fm 95.1 Paguyangan


Lokasi : Radio Top Fm Paguyangan  
Jalan Raya Paguyangan nomer 12, Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes

Waktu : Selasa, 15 Juni 2021

Untuk keperluan tersebut di atas, mohon izin mengadakan penelitian di Radio Top Fm Paguyangan yang Bapak/Ibu pimpin dan hasil penelitian hanya digunakan sebagai laporan Tugas Akhir (Skripsi).  
Demikian surat permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Bumiayu, 14 Juni 2021  
Hormat kami,  
Ketua LPPM Universitas Peradaban

  
Umi Chabibatus Zahro, M.Pd.I.

Tembusan:  
Arsip

## SURAT KETERANGAN PENELITIAN



**Radio Singosari TOPFM (95.1 MHz)**  
*Inspirasi Kita Semua*  
Jl. Raya Paguyangan No. 12  
Paguyangan (Bumiayu) Brebes 52276  
Telp. 0289 432995 email : topfm951@yahoo.co.id  
www.topfmbumiayu.com | www.topfm951.net



### SURAT KETERANGAN

Nomor : 02/ADM-P/VI/2021

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sopan, SE  
Jabatan : Manager Radio Singosari Top FM

Dengan ini menerangkan bahwa:

1. Nama : Nur Amalia Oktiviani (43217016)
2. Pekerjaan : Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Peradaban Bumiayu
3. Alamat : Jl Attaqwa RT 02 RW 01 Desa Dukuhturi Kecamatan Bumiayu
4. Maksud : Berdasarkan surat izin penelitian dari LPPM Universitas Peradaban Nomor 314/PI/LPPM.061042/VI/2021 tanggal 12 Juni 2021, yang bersangkutan melaksanakan penelitian di Radio Top Fm Paguyangan pada tanggal 15 Juni s.d 6 Agustus 2021 untuk penyusunan skripsi dengan judul Strategi Perencanaan Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) Dalam Menarik Pengiklan Di Radio Top Fm 95.1 Paguyangan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Brebes, Paguyangan, 16 Agustus 2021  
Manager Radio Singosari Top Fm



Muhammad Sopan, SE

*Lampiran III*

**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN MANAGER RADIO TOP FM  
PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Identitas Informan**

**Narasumber** :  
**Jabatan** :  
**Pendidikan** :  
**Waktu** :  
**Tempat** :

**B. Pertanyaan**

1. Apa tujuan Radio Top Fm Paguyangan?
2. Siapa saja target pendengar Radio Top Fm Paguyangan?
3. Gelombang radio Top FM Paguyangan dapat menjangkau daerah mana saja? Apa terdapat kendala dalam menjangkau daerah tertentu?
4. Apakah Radio Top Fm Paguyangan melakukan riset audiens? Seberapa sering? Bagaimana riset tersebut dilakukan?
5. Apa saja program yang menjadi unggulan di Radio Top Fm Paguyangan?
6. Dalam perencanaan program M2M (Musik untuk orang muda) dari mana program itu diperoleh apakah membeli atau memproduksinya sendiri?
7. Kapan program M2M ditayangkan?

8. Usia berapa saja yang menjadi target pendengar program M2M?
9. Bagaimana Perencanaan Program M2M mencakup rencana jangka, pendek, menengah dan panjang?
10. Bagaimana Proses Perencanaan Program M2M?
11. Ada berapa penyiar dalam program M2M?
12. Bagaimana pengaruh program M2M dalam menarik pemasang iklan?
13. Bagaimana strategi yang digunakan oleh Radio Top Fm Paguyangan dalam menarik pemasang iklan, khususnya di program M2M (Musik Untuk Orang Muda)?
14. Apakah dinas komunikasi Informatika dan Statistik berperan dalam operasional Radio Top Fm Paguyangan?
15. Berasal dari manakah sumber pendapatan Radio Top Fm Paguyangan?
16. Bagaimana proses dana APBD diperoleh?
17. Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Radio Top Paguyangan?
18. Berapa target iklan Radio Top Fm Paguyangan dari tahun ke tahun?
19. Apakah target pendapatan iklan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan oleh Pemerintah daerah Kabupaten Brebes?
20. Apakah Radio Top Fm Paguyangan selektif dalam menerima iklan?
21. Apakah Radio Top Fm memperoleh pendapatan melalui non siaran?
22. Apakah Radio Top Fm Paguyangan melakukan promosi program ke audien dengan cara *on air* dan *off air*?
23. Kendala apa saja yang anda alami selama menjadi Manager Radio Top Fm Paguyangan?
24. Pencapaian terbesar apa yang pernah diraih oleh Radio Top FM Paguyangan?



**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN MANAGER PROGRAM RADIO  
TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Identitas Informan**

**Narasumber** :  
**Jabatan** :  
**Pendidikan** :  
**Waktu** :  
**Tempat** :

**B. Pertanyaan**

1. Siapa yang menyusun program?
2. Apakah tujuan program M2M disiarkan?
3. Bagaimana strategi perencanaan program M2M?
4. Bagaimana strategi pengemasan program M2M untuk menarik audien?
5. Apa yang melatarbelakangi *basic* siaran Program M2M?
6. Apa yang dilakukan dalam mengembangkan kualitas program M2M?
7. Strategi Apa yang dilakukan sebelum siaran Program M2M?
8. Seperti apa keunggulan program M2M?
9. Bagaimana cara mempromosikan program M2M?
10. Bagaimana cara melihat ketertarikan audien dalam program M2M?
11. Ketika membuka segmen interaktif dengan audien, biasanya pendengar mengirimkan karyanya dalam bentuk apa saja?
12. Apakah bagian program melibatkan bagian pemasaran untuk merencanakan dan memilih program?
13. Apa yang dilakukan untuk mengembangkan kualitas program M2M?
14. Jenis iklan apa saja yang disiarkan pada program M2M?

**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN *MARKETING* RADIO TOP FM  
PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Identitas Informan**

**Narasumber** :  
**Jabatan** :  
**Pendidikan** :  
**Waktu** :  
**Tempat** :

**B. Pertanyaan**

1. Strategi apa yang digunakan oleh Radio Top Fm 95.1 Paguyangan dalam mempublikasikan program M2M?
2. Bagaimana cara mempromosikan program acara M2M untuk menarik pendengar dan Pengiklan?
3. Berapa tarif yang dikenakan pada pemasang iklan di Program M2M ketika iklan tersebut ditayangkan?
4. Bagaimana cara Radio Top Fm Paguyangan melihat respon audien terhadap program M2M?
5. Apakah dibedakan program yang khusus untuk menarik pendengar dengan yang menarik pengiklan?
6. Siapa saja segmentasi Radio Top Fm Paguyangan? Siapa segmentasi yang diintenskan oleh Radio Top Fm Paguyangan?
7. Bagaimana strategi untuk menarik audien di kalangan anak muda?

8. Bagaimana cara meyakinkan pemasang iklan bahwa Radio Top Fm Paguyangan menjadi media yang efektif untuk memasarkan suatu produk, khususnya pada Program M2M?
9. Apakah terdapat target pendapatan yang ditetapkan dari penayangan program M2M?
10. Iklan apa saja yang ada di Radio Top Fm Paguyangan?
11. Bagaimana tahapan dalam menawarkan iklan kepada perusahaan lokal?
12. Bagaimana tahapan dalam menawarkan iklan kepada instansi pemerintah?
13. Bagaimana tahapan dalam menawarkan iklan kepada perusahaan nasional?
14. Apakah Radio Top Fm Paguyangan memiliki alat-alat sales promotion dalam menunjang pemasaran untuk menarik pengiklan. Seperti sampel, harga khusus atau pengurangan harga dan penghargaan dukungan?
15. Bagaimana kontrak siaran Iklan di Radio Top Fm Paguyangan, khususnya pada program M2M?
16. Apakah partisipasi pemasang iklan mendukung program M2M?
17. Bagaimana waktu penayangan iklan di program M2M?
18. Apakah program yang mempunyai rating yang bagus mempengaruhi biaya iklan?
19. Bagaimana cara Radio Top Fm Paguyangan mempertahankan klien pengiklan?
20. Adakah perbedaan harga antara iklan lokal dan nasional di Radio Top Fm Paguyangan?
21. Apakah bagian program berkomunikasi dengan pemasar mengenai prospek penjualan program kepada pemasang iklan, khususnya pada program M2M?

**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PENYIAR PROGRAM M2M  
RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Identitas Informan**

**Narasumber** :

**Jabatan** :

**Pendidikan** :

**Waktu** :

**Tempat** :

**B. Pertanyaan**

1. Bagaimana rasanya menjadi penyiar program M2M?
2. Strategi apa yang dilakukan sebelum siaran program M2M?
3. Apa lagu favorit yang sering direquest di acara program M2M?
4. Langkah-langkah seperti apa yang digunakan oleh penyiar dalam menyampaikan tema-tema yang dibahas?
5. Ada berapa penyiar yang memegang program M2M?
6. Tipe-tipe pendengar seperti apa dalam Program M2M?
7. Biasanya setiap penyiaran program M2M ada berapa pendengar yang aktif mengirimkan pesan?
8. Adakah hambatan dalam menyiarkan program M2M?
- 9.

**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN PENDENGAR SETIA  
PROGRAM M2M RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Identitas Informan**

**Narasumber** :

**Jabatan** :

**Pendidikan** :

**Waktu** :

**Tempat** :

**B. Pertanyaan**

1. Apa yang membuat anda tertarik mendengarkan radio Top Fm Paguyangan?
2. Apa yang anda ketahui tentang program M2M?
3. Apa yang anda sukai tentang program M2M?
4. Bagaimana kesan anda tentang program M2M?
5. Segmen apa yang anda sukai dalam program M2M? Misalnya saat segmen *Popular information, problem solver, tips, curcol, Tanya Top Mania, dan Sharing.*
6. Lagu favorit yang sering anda dengarkan apa saja?
7. Apakah anda termasuk pendengar yang aktif berpartisipasi dalam program M2M, misalnya mengirimkan pesan, telepon atau komentar di situs jejaring sosial Radio Top Fm Paguyangan?

**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN KLIEN PENGIKLAN  
RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Identitas Informan**

**Narasumber** :  
**Jabatan** :  
**Pendidikan** :  
**Waktu** :  
**Tempat** :

**B. Pertanyaan**

1. Apa yang menjadi perhatian pengiklan untuk memutuskan memasang iklan di Radio Top FM Paguyangan?
2. Sejak kapan Anda menjadi klien pengiklan di Radio Top Fm Paguyangan?
3. Kapan waktu Penayangan iklan yang dipilih oleh pemasang iklan dan kontrak iklan apa yang dipilih, misal menjadi sponsor tunggal, *barter*, atau berdasarkan persentase penjualan?
4. Klasifikasi program radio seperti apa yang dipilih oleh pemasang iklan?
5. Apakah pemasang iklan mengetahui program M2M (Musik untuk orang muda) yang di siarkan setiap hari pukul 19.00-21.00 WIB?
6. Bagaimana ketertarikan pengiklan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan atau program M2M?
7. Apakah Anda memilih untuk memutuskan menggunakan paket iklan?
8. Apakah Anda termasuk klien pengiklan yang memperpanjang kontrak iklan di Radio Top Fm Paguyangan?
9. Bagaimana kesan Anda setelah memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan?

*Lampiran IV*

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN MANAGER RADIO TOP FM  
PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Identitas Informan**

**Narasumber: Muhammad Sopan, S.E**

**Jabatan : Manager Radio Top Fm Paguyangan**

**Pendidikan : Sarjana Ekonomi**

**Waktu : 15 dan 30 Juni 2021**

**Tempat : Kantor Radio Top Fm Paguyangan**

**B. Pertanyaan**

**1. A: Apa tujuan Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Tujuan Radio Top Fm Paguyangan sebagai lembaga penyiaran publik yang memberikan ruang bagi publik untuk ikut berperan serta dalam mengangkat nilai-nilai budaya lokal dengan segala karakter masyarakat dan khazanah lokal. Sehingga memberikan kesempatan yang seluas-luasnya pada masyarakat untuk berpartisipasi dalam transformasi informasi guna mendukung pembangunan.

**2. A: Siapa saja target pendengar Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Semua kalangan dari kelompok umur anak – anak, remaja, dewasa, tua, pria dan muda serta jenjang kalangan bawah, menengah dan kalangan atas.

**3. A: Gelombang radio Top FM Paguyangan dapat menjangkau daerah mana saja? Apa terdapat kendala dalam menjangkau daerah tertentu?**

B: Jangkauan siaran mencakup wilayah Brebes Selatan meliputi kecamatan Bantarkawung, Salem, Bumiayu, Paguyangan, Sirampog, Tonjong. Hingga jangkauan mengarah ke arah barat sampai Kabupaten Pangandaran, Kuningan,

sebelah selatan Kabupaten Banyumas dan sebelah timur Kota Tegal. Kendalanya karena letak Radio Top Fm di kecamatan Paguyangan, maka jangkauan radio tidak seperti letak radio yang berada di kabupaten kota. Selain itu letak geografis seperti dataran tinggi di sebagian wilayah kecamatan sirampog terdapat hambatan frekuensi yang kurang jernih.

**4. A: Apakah Radio Top Fm Paguyangan melakukan riset audiens? Seberapa sering? Bagaimana riset tersebut dilakukan?**

B: Untuk *riset* Radio Top Fm Paguyangan dilakukan hanya untuk keperluan identifikasi audien atau perencanaan program. Sedangkan Radio Top Fm Paguyangan tidak memiliki lembaga *survei* yang bekerjasama, maka Radio Top Fm Paguyangan tidak dapat memastikan audien yang mendengarkan Radio Top Fm Paguyangan. Namun Radio Top Fm Paguyangan berusaha untuk menghimpun kebutuhan masyarakat yang heterogen melalui partisipasi aktif dari publik yang melakukan interaksi pada saat siaran program atau masukan dari klien atau masyarakat sekitar.

**5. A: Apa saja program yang menjadi unggulan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Program M2M yang mempunyai *rating* bagus serta program abang Mansur pada saat Ramadhan.

**6. A: Dalam perencanaan program M2M (Musik untuk orang muda) dari mana program itu diperoleh apakah membeli atau memproduksinya sendiri?**

B: Program M2M di produksi sendiri oleh Radio Top Fm Paguyangan.



7. **A: Kapan program M2M ditayangkan?**

B: 1 Januari 2002.

8. **A: Usia berapa saja yang menjadi target pendengar program M2M?**

B: Karena program M2M mempunyai segmentasi untuk kalangan muda yah mb, jadi target usia dari 13-34 tahun.

9. **A: Bagaimana Perencanaan Program M2M mencakup rencana jangka, pendek, menengah dan panjang?**

B: Perencanaan program M2M mencakup rencana jangka pendek yaitu untuk menarik kesukaan pendengar, kemudian target menengahnya untuk menarik pengiklan/sponsor. Sedangkan untuk jangka panjangnya menjadikan program M2M sebagai hiburan tetap yang menjadi program unggulan di Radio Top Fm Paguyangan.

10. **A: Bagaimana Proses Perencanaan Program M2M?**

B: Prosesnya dengan melakukan analisis kondisi situasi dalam merencanakan program M2M dengan melihat analisis situasi wilayah Paguyangan yang mayoritas bekerja di pabrik jamur, tentunya setelah bekerja seharian ingin melepas penat dengan mencari hiburan. Selain itu tujuan dari Program M2M adalah untuk menemani pelajar yang sedang belajar sambil mendengarkan lagu pop Indonesia. Dengan melihat kebiasaan audien maka program M2M ditayangkan setiap hari di waktu *prime time* pukul 19.00-21.00 WIB yang biasanya lebih banyak pendengar kalangan muda yang menggemari genre musik pop Indonesia. Selain itu karena Radio Top Fm merupakan Radio Publik Lokal maka pengemasan program disisipi informasi yang mengedukasi pendengar seperti populer informasi, fenomena masa kini, serta adanya segmen *problem*

*solver*, tips, curcol, tanya jawab Top Mania, saran dari penyiar, *sharing* dan *closing* program dengan *quote of the day*.

11. **A: Ada berapa penyiar dalam program M2M?**

B: Ada dua, yang pertama mas Rizki sebagai penyiar tetap dan mas Bayu sebagai penyiar cadangan jika ms Rizki ada halangan untuk siaran.

12. **A: Bagaimana pengaruh program M2M dalam menarik pemasang iklan?**

B: Pasti punya pengaruhnya ya mba, karena pengiklan akan melihat *rating* program yang bagus pada program M2M. Disamping itu, waktu penayangan program M2M yang tepat pada waktu *prime time* yang kebanyakan audien sedang beristirahat dan mencari hiburan.

13. **A: Bagaimana strategi yang digunakan oleh Radio Top Fm Paguyangan dalam menarik pemasang iklan, khususnya di program M2M (Musik Untuk Orang Muda)?**

B: Cara yang dilakukan Radio Top Fm Paguyangan untuk mempromosikan program M2M melalui pengemasan program yang menarik. Seperti format program yang tidak hanya menyuguhkan siaran lagu-lagu pop Indonesia saja, tetapi adanya segmen mengenai informasi yang tengah populer di kalangan masyarakat. Dengan pembawaan penyiar yang millennial, asik. Selain itu, program M2M juga memfasilitasi pendengar untuk melakukan interaksi dengan penyiar melalui segmen Tanya Top Mania, mengirimkan karya pendengar berupa puisi atau kata-kata motivasi. Dengan begitu diharapkan program M2M dapat menarik banyak audien sekaligus klien pengiklan. Selain itu bagian marketing juga berperan penting untuk menarik pemasang iklan dengan melakukan strategi penjualan baik dengan pemasaran secara langsung atau melalui pemanfaatan media internet yah mba.

14. **A: Apakah dinas komunikasi Informatika dan Statistik berperan dalam operasional Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Berperan secara keseluruhan, artinya dari pembiayaan pegawai, operasional untuk pembiayaan radio.

15. **A: Berasal dari manakah sumber pendapatan Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Pendapatan iklan yang akan disetorkan ke kas daerah.

16. **A: Bagaimana proses dana APBD diperoleh?**

B: Melalui pengajuan terlebih dahulu, nanti dinas Kominfo mengajukan ke Pemda.

17. **A: Apa saja faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi Radio Top Paguyangan?**

B: Kualitas pemancar menjadi faktor pendukung karena semakin bagus kualitas pemancar maka akan mempengaruhi yang didukung dengan fasilitas pendukung siaran serta program yang bagus. Hambatannya pada frekuensi Radio Top Fm Paguyangan masih bergantung pada cuaca dan kondisi geografis wilayah. Pada saat cuaca buruk seperti hujan lebat biasanya pemancar sering disambar petir, akibatnya Radio Top Fm Paguyangan perlu melakukan perbaikan.

18. **A: Berapa target iklan Radio Top Fm Paguyangan dari tahun ke tahun?**

B: Untuk tahun 2019 targetnya 65.100.000 realisasinya 54.400.000. Sedangkan tahun 2020 targetnya masih sama 65.100.000 namun yang terealisasi

45.000.000. Sedangkan untuk 2021 target pendapatan iklan 45.000.000 dengan pertimbangan keadaan pandemi.

19. **A: Apakah target pendapatan iklan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan oleh Pemerintah daerah Kabupaten Brebes?**

B: Rata-rata terealisasi 80-90%. Sebenarnya target pendapatan bukan menjadi target utama artinya apabila tidak terpenuhi target dari pusat tidak berpengaruh dalam banyak hal karena target utamanya sebagai radio publik lokal yang memberikan informasi, pendidikan, dan hiburan. Namun harus tetap menjalankan apa yang sudah ditetapkan seperti target pendapatan.

20. **A: Apakah Radio Top Fm Paguyangan selektif dalam menerima iklan?**

B: Selektif karena Radio Top Fm Paguyangan berpedoman pada perilaku penyiaran serta standar program siaran. Seperti pembatasan pada iklan testimoni, lagu-lagu yang dibatasi seperti lagu cucak rowo yang tidak boleh disiarkan

21. **A: Apakah Radio Top Fm memperoleh pendapatan melalui non siaran?**

B: Dulu ada sekarang tidak. Dulu pada tahun 2004-2012 Radio Top Fm Paguyangan sempat melakukan kegiatan *off air*, menjadi *event organizer* lokal dalam suatu acara konser musik di Bumiayu. Untuk sekarang Radio Top Fm Paguyangan lebih ke *media partner* dalam suatu acara karena kegiatan promosi tersebut karena lebih *simple*.

22. **A: Apakah Radio Top Fm Paguyangan melakukan promosi program ke audien dengan cara *on air* dan *off air*?**

B: Ada dalam bentuk adlibs saat siaran *on air*, biasanya penyiar menyampaikan

pada saat akhir membawakan program sebelum program M2M. Sedangkan untuk *off air* melalui media sosial atau mengadakan event secara langsung yang diadakan oleh sponsor iklan seperti *talks show* bersama kedai cat karman.

23. **A: Kendala apa saja yang anda alami selama menjadi Manager Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Kendalanya pada faktor teknis dalam artian perawatan pemancar, perbaikan antena saat terkena petir. Dan pengaruh letak radio yang berada di wilayah kecamatan sehingga memerlukan strategi pemasaran yang matang.

24. **A: Pencapaian terbesar apa yang pernah diraih oleh Radio Top FM Paguyangan?**

B: Di bidang digital pada tahun 2013 pernah mendapatkan penghargaan yang merupakan pencapaian yang sangat membanggakan karena pada tahun tersebut Radio Top Fm Paguyangan dapat mengikuti perkembangan digital untuk mendukung keberlangsungan radio.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN MANAGER PROGRAM RADIO  
TOP FM PAGUYANGAN  
STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber** : Risqi Bachtiar  
**Jabatan** : Manager program Radio Top Fm Paguyangan  
**Pendidikan** : SMK Multimedia  
**Waktu** : 16 Juni 2021 dan 2 Juli 2021  
**Tempat** : Kantor Radio Top Fm Paguyangan

**B. Pertanyaan**

**1. A: Siapa yang menyusun program?**

B: Dalam penyusunan program bagian program membuat formula mengenai bagaimana data dikumpulkan dari berbagai masukan serta analisis kondisi. Kemudian membuat desain program, format dan *Finishing*. Dalam membuat perencanaan program M2M bagian program berkonsultasi terlebih dahulu kepada bagian marketing mengenai ide pembuatan program, materi siaran, alokasi waktu, target audien dan target pendapatan. Ketika sudah menyatukan tujuan program dengan bagian marketing, dilakukan rapat dengan manager Radio Top Fm Paguyangan dengan perencanaan program yang lebih matang.

**2. A: Apakah tujuan program M2M disiarkan?**

B: Tujuan Program M2M ini untuk mengumpulkan anak muda yang menyukai genre musik pop karena dari pagi hingga sore disiarkan program untuk orang tua. Dengan waktu penayangan program yang tepat jam 19.00-21.00 WIB yang sesuai dengan waktu kaula muda serta dengan kemasan format program yang

menarik, diharapkan mampu menarik pendengar setia Top Mania. Sehingga program M2M akan semakin lama disiarkan bahkan menjadi program tetap. Hal ini terbukti program M2M menjadi program yang favorit.

3. **A: Bagaimana strategi perencanaan program M2M?**

B: Untuk strategi perencanaan program M2M dengan melakukan analisis pangsa pasar yang digemari oleh anak muda. Dari observasi tersebut akan dipilih format lagu yang sesuai dengan segmentasi program. Kemudian untuk pematangan perencanaan akan dibahas lebih dalam di bagian program mencakup waktu penyiaran melalui strategi kesesuaian meliputi kesesuaian penjadwalan, pemilihan tipe program, kemasan program, target pendengar dan penempatan penyiar yang sesuai dengan karakter program.

4. **A: Bagaimana strategi pengemasan program M2M untuk menarik audien?**

B: Strategi pengemasan program M2M dengan mempertimbangkan dampak positif kepada audien, melalui penentuan ide atau konsep program untuk menjadikan program M2M sebagai program yang menarik. Seperti format program yang tidak hanya menyuguhkan siaran lagu-lagu pop Indonesia saja, tetapi adanya segmen mengenai informasi yang tengah populer di kalangan masyarakat. Dengan pembawaan penyiar yang millennial, asik. Selain itu, program M2M juga memfasilitasi pendengar untuk melakukan interaksi dengan penyiar melalui segmen Tanya Top Mania, mengirimkan karya pendengar berupa puisi atau kata-kata motivasi. Dalam pelaksanaan program M2M, bagian program sekaligus penyiar melakukan riset lagu terpopuler yang sering didengarkan oleh anak muda sehingga lagu yang diputarkan sesuai dengan selera pendengar. Kemudian untuk mempersiapkan materi pun biasanya penyiar memperhatikan suatu fenomena yang banyak dibicarakan orang dengan mencari informasi yang kredibilitasnya dapat dipertanggungjawabkan melalui portal media online

5. **A: Apa yang melatarbelakangi basic siaran Program M2M?**

B: *Basic* dari program M2M dengan mengikuti trend anak muda karena suatu program dapat dikatakan berhasil memiliki karakteristik yang mampu mengikuti perubahan trend di suatu kalangan muda. Oleh karena itu *basic* siaran program M2M dalam setiap segmennya berhubungan dengan suatu perbincangan informasi yang banyak dibicarakan kaula muda, serta memfasilitasi kebutuhan kaula muda termasuk dalam hal karya.

6. **A: Apa yang dilakukan dalam mengembangkan kualitas program M2M?**

B: Melakukan inovasi dengan melihat trend yang banyak diikuti oleh masyarakat. Sehingga program M2M diharapkan dapat berkembang sesuai dengan situasi dan kondisi yang sesuai dengan karakter program.

7. **A: Strategi Apa yang dilakukan sebelum siaran Program M2M?**

B: Strategi yang digunakan sebelum siaran program M2M dengan melakukan riset lagu terpopuler yang sering didengarkan oleh anak muda sehingga lagu yang diputarkan sesuai dengan selera pendengar. Kemudian untuk mempersiapkan materi pun dalam membahas suatu tema biasanya penyiar memperhatikan suatu fenomena yang banyak dibicarakan orang dengan mencari informasi yang kredibilitasnya dapat dipertanggungjawabkan melalui portal media online.

8. **A: Seperti apa keunggulan program M2M?**

B: Keunggulan program M2M dapat mewadahi anak muda misal dalam segmen *curcol* antara penyiar dan pendengar bisa sama-sama belajar untuk menemukan suatu solusi dari suatu masalah dan kebetulan Riski juga penyiar di program M2M dan masih muda jadi bisa *relate*. Selain itu membuka telepon interaktif untuk yang akan mempublikasikan karyanya misal baca puisi, nyanyi.



9. **A: Bagaimana cara mempromosikan program M2M?**

B: Secara *on air* yang disampaikan oleh penyiar sebelum program M2M di mulai, hal ini dilakukan untuk mengingatkan audience.

10. **A: Bagaimana cara melihat ketertarikan audiens dalam program M2M?**

B: Melalui pesan request atau tanggapan pendengar yang dikirimkan melalui via whatsApp atau media sosial.

11. **A: Ketika membuka segmen interaktif dengan audien, biasanya pendengar mengirimkan karyanya dalam bentuk apa saja?**

B: Ada yang mengirimkan puisi, pantun, kata-kata motivasi bahkan ketika ada yang suka nyanyi bisa nyanyi saat kita buka telepon interaktif sih.

12. **A: Apakah bagian program melibatkan bagian pemasaran untuk merencanakan dan memilih program?**

B: Iya, biasanya dilibatkan ketika akan merencanakan program baru untuk mengkomunikasikan target pasar serta target pengiklan yang cocok di program tersebut.

13. **A: Apa yang dilakukan untuk mengembangkan kualitas program M2M?**

B: Kita lebih menyesuaikan dengan zaman, selain itu lagunya selalu *up date*.

14. **A: Jenis iklan apa saja yang disiarkan pada program M2M?**

B: Iklan yang disiarkan di program M2M seperti iklan layanan masyarakat yang harus selalu masuk di setiap acara. Kemudian untuk pengiklan lokalnya ada usaha rumah makan, counter handphone dan komputer, toko baju. Kemudian untuk iklan nasional yang masuk seperti obat flu, herbal.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN MARKETING RADIO TOP FM  
PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber : Bayu Akhmad**  
**Jabatan : Marketing Radio Top Fm Paguyangan**  
**Pendidikan : SMA**  
**Waktu : 17 Juni 2021 dan 3 Juli 2021**  
**Tempat : Kantor Radio Top Fm Paguyangan**

**B. Pertanyaan**

**1. A: Strategi apa yang digunakan oleh Radio Top Fm 95.1 Paguyangan dalam mempublikasikan program M2M?**

B: Radio Top Fm Paguyangan merambah ke dunia digital untuk menarik audien, dimana setiap siaran dapat dinikmati melalui streaming situs website Topfm95.1.net atau melalui online radio box yang memudahkan para pendengar yang berada di luar frekuensi dengan jangkauan yang lebih luas. Dengan tujuan untuk mempromosikan program M2M dan semua program yang ada di Radio Top Fm. Kemudian untuk iklan di Radio Top Fm, tidak hanya disiarkan melalui siaran on air saja, melainkan dipublikasi melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter.

**2. A: Bagaimana cara mempromosikan program acara M2M untuk menarik pendengar dan Pengiklan?**

B: Strateginya dengan melihat pangsa pasar lokal karena letak Radio Top Fm yang berada di Kecamatan sehingga memperhatikan kemampuan daya beli dengan memberikan harga iklan di bawah radio nasional sehingga ada selisih harga yang dapat menarik calon klien pengiklan. Penempatan program M2M pada jam *prime time* juga menjadi peluang untuk memperoleh banyak pendengar yang nantinya akan menarik klien pengiklan. Serta pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan radio atau program yang juga dilakukan oleh Radio Top Fm Paguyangan.

3. **A: Berapa tarif yang dikenakan pada pemasang iklan di Program M2M ketika iklan tersebut ditayangkan?**

B: Penetapan harga program mencakup harga yang dikenakan kepada pemasang iklan dengan melihat letak Radio Top Fm yang berada di wilayah kecamatan Paguyangan. Serta menyesuaikan dengan standar harga iklan radio di wilayah Brebes. Dan yang terpenting mengacu pada pedoman peraturan daerah nomor 8 tahun 2007 yang akan diatur lebih lanjut dengan peraturan Bupati. Biasanya ketika menawarkan iklan bagian marketing akan menawarkan tarif iklan yang ditempatkan pada program yang berada pada waktu *prime time yaitu program M2M* dengan harga 750.000 untuk jumlah siar 150. Dalam hal ini pengelola radio akan membagi jumlah siaran dan menempatkan siaran iklan pada program yang berada pada waktu *prime time* sekaligus pengiklan akan mendapatkan keuntungan untuk beriklan pada Program yang berada waktu *Day time*. Sedangkan Ketika klien pengiklan tidak cocok dengan harganya, bagian marketing akan menawarkan harga untuk paket iklan yang cukup hemat dan murah. Untuk tarif iklan niaga 5.000 untuk sekali siar dengan minimal 5 kali siar per hari. Untuk iklan layanan masyarakat 3.000 sekali siar. Kemudian untuk iklan *blocking time* 100.000 untuk 45 menit, dan 200.000 untuk 120 menit per hari

4. **A: Bagaimana cara Radio Top Fm Paguyangan melihat respon audien terhadap program M2M?**

B: Melalui respon di media sosial, baik melalui jumlah like dan antusias komentar audien atau mengirimkan pesan *request* dan salam pendengar. Serta telepon interaktif dari pendengar dan kita juga melihat jumlah audien yang sedang mendengarkan program M2M melalui *streaming*.

5. **A: Apakah dibedakan program yang khusus untuk menarik pendengar dengan yang menarik pengiklan?**

B: Dibedakan khususnya untuk klien pengiklan yang akan memilih program regular atau program yang berada di jam *prime time*. Sebenarnya untuk harga program juga disesuaikan dengan jadwal penayangan program.

6. **A: Siapa saja segmentasi Radio Top Fm Paguyangan? Siapa segmentasi yang diintenskan oleh Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Untuk segmentasi sebenarnya lebih cenderung ke milenial, Cuma karena kita radio yang berada di kecamatan jadi takutnya tidak akan laku jika di fokuskan untuk satu segmentasi saja mba. Kemudian untuk program menyasar ke semua kalangan. Karena Radio Top Fm Paguyangan merupakan radio milik Pemda dengan harapan ketika ada informasi dari daerah bisa tersampaikan untuk seluruh kalangan. Hal ini juga akan menjadi daya tarik klien pengiklan untuk dapat mempromosikan produknya ke kalangan luas.

7. **A: Bagaimana strategi untuk menarik audien di kalangan anak muda?**

B: Mengemas program sesuai dengan apa yang digemari anak muda, sehingga diharapkan Radio Top Fm menjadi barometer musik. Serta melakukan event *off*

*air* musik band di studio, menjadi *media partner* untuk *roadshow* café di Bumiayu.

8. **A: Bagaimana cara meyakinkan pemasang iklan bahwa Radio Top Fm Paguyangan menjadi media yang efektif untuk memasarkan suatu produk, khususnya pada Program M2M?**

B: Cara yang dilakukan Radio Top Fm Paguyangan untuk mempromosikan program M2M melalui pengemasan program yang menarik serta promosi melalui media sosial. Karena yang dijual adalah program dan jasa pemasangan iklan, biasanya bagian marketing melakukan pendekatan yang komunikatif untuk menarik klien pengiklan dengan memberikan gambaran pilihan penawaran untuk memasang program pada waktu *prime time* atau *regular time*. Pada pilihan program M2M yang berada pada waktu *prime time*, bagian marketing akan menawarkan keunggulan beriklan di program M2M seperti dengan tarif 750.000 pengiklan sudah bisa menyiarkan iklan pada program M2M sekaligus pada program *day time*. Selain itu pengiklan juga dapat mempromosikan produknya di media sosial Radio Top Fm Paguyangan yang akan menjadi daya tarik pengiklan karena promosi melalui media sosial sudah menjadi suatu kebutuhan

9. **A: Apakah terdapat target pendapatan yang ditetapkan dari penayangan program M2M?**

B: Kalo di M2M tidak ada target, karena target ditetapkan oleh Pemda secara keseluruhan bukan per program. Kalo di Pemda kan tidak mengenal pendapatan per program, sehingga diberlakukan subsidi silang untuk program yang tidak laku jual. Untuk target pendapatan dulu mah ada mb, pas jamannya penjualan Pulpen (Pilihan Pendengar), namun sekarang sudah bergeser menyesuaikan era digitalisasi.

10. **A: Iklan apa saja yang ada di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Terdapat dua jenis iklan di Radio Top Fm Paguyangan yaitu iklan lokal dan iklan nasional. Iklan yang sifatnya lokal merupakan usaha yang didirikan oleh masyarakat lokal di Kecamatan Paguyangan, Bumiayu dan sekitarnya seperti dealer, showroom, retail. toko elektronik, klinik skin care, fashion store, promosi kampus. Sedangkan iklan nasional merupakan iklan yang pemasarannya melalui biro iklan misalnya iklan obat kesehatan.

11. **A: Bagaimana tahapan dalam menawarkan iklan kepada perusahaan lokal?**

B: Untuk pengiklan lokal biasanya bagian marketing melakukan penawaran langsung kepada calon klien pengiklan yang potensial. Dengan cara menjelaskan mekanisme beriklan di Radio Top Fm Paguyangan, Keunggulan dan keuntungan saat beriklan di Radio Top Fm Paguyangan, bahkan melakukan negosiasi sesuai dengan kebutuhan calon pengiklan. Dalam menawarkan iklan bagian marketing melakukan strategi dengan cara memberikan saran terlebih dahulu mengenai klasifikasi program berupa segmentasi program, *rating* program agar memudahkan klien pengiklan untuk mencapai tujuan promosi. Bagian marketing juga menawarkan jenis iklan yang beragam agar pengiklan bisa memilih sesuai dengan keinginan. Selain itu, Radio Top Fm Paguyangan juga memberikan pelayanan revisi naskah iklan hingga tiga kali revisi. Keunggulan lain beriklan di Radio Top Fm Paguyangan tidak dikenakan biaya produksi iklan jika materi iklan yang diproduksi oleh perusahaan/biro iklan. Hal ini dilakukan untuk memberikan kepuasan pada pengiklan yang telah menggunakan jasa Radio Top Fm Paguyangan.

12. **A: Bagaimana tahapan dalam menawarkan iklan kepada instansi pemerintah?**

B: Kalo instansi pemerintah karena kita radio milik pemerintah otomatis kita gak mungkin menawarkan. Kita kan di bawah naungan Dinas Komunikasi Informatika Brebes jadi dari Kominfo yang akan memberikan perintah untuk mendistribusikan iklan untuk instansi pemerintah seperti iklan layanan masyarakat. Untuk pemasukan radio biasanya ada biaya promosi sesuai dengan jenis iklan. Namun untuk penanganan langsung ditangani oleh dari dinas kominfo.

13. **A: Bagaimana tahapan dalam menawarkan iklan kepada perusahaan nasional?**

B: Strategi yang dilakukan untuk menarik klien pengiklan nasional dengan melakukan kerjasama melalui pengiriman email kepada biro iklan melalui tahapan penawaran iklan nasional kepada biro iklan dengan membuat *company profile* yang bagus dan jelas sehingga dapat menarik perusahaan nasional untuk beriklan. Seperti profil Radio Top Fm Paguyangan, program-program yang disiarkan, segmentasi pendengar dan jangkauan Radio Top Fm Paguyangan

14. **A: Apakah Radio Top Fm Paguyangan memiliki alat-alat sales promotion dalam menunjang pemasaran untuk menarik pengiklan. Seperti sampel, harga khusus atau pengurangan harga dan penghargaan dukungan?**

B: Ada dulu menggunakan alat bantu berupa *voice recorder* yang digunakan untuk merekam suara secara langsung pada saat memproduksi iklan dan menyimpan contoh iklan yang telah diproduksi di Radio Top Fm Paguyangan yang akan ditujukan ke calon klien pengiklan. Instrumen promosi lain yang digunakan oleh Radio Top Fm Paguyangan berupa pengaturan atau penyesuaian harga jual slot iklan sesuai dengan kesepakatan bersama biasanya berupa bonus

jam siar iklan. Hal ini bertujuan untuk mendorong calon klien pengiklan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan. Strategi lain yang dilakukan oleh Radio Top Fm Paguyangan kepada klien pengiklan yang memiliki loyalitas tinggi akan diberikan harga iklan tetap sesuai dengan harga awal pada saat memasang iklan

**15. A: Bagaimana kontrak siaran Iklan di Radio Top Fm Paguyangan, khususnya pada program M2M?**

B: Tentunya sesuai prosedur kontrak iklan yang disesuaikan dengan penentuan biaya iklan, bentuk pemasangan iklan dan waktu penayangan iklan. Dalam program M2M kontrak siaran iklan dengan sponsor tunggal, yang sebenarnya jarang dilakukan oleh Radio Top Fm Paguyangan karena jika ada pihak yang ingin memasang iklan harus membayar kepada sponsor. Sedangkan Radio Top Fm Paguyangan ingin menjaga kemitraan dengan klien pengiklan sehingga dalam program M2M kesepakatan dalam bentuk iklan partisipasi yang mengatur sejumlah pemasang iklan untuk menayangkan iklan pada suatu program siaran. Dengan demikian sejumlah iklan akan disiarkan bergantian pada saat jeda iklan (*commercials break*).

**16. A: Apakah partisipasi pemasang iklan mendukung program M2M?**

B: Tentu mendukung program biasanya dalam bentuk *souvenir*, sponsor.

**17. A: Bagaimana waktu penayangan iklan di program M2M?**

B: Disesuaikan dengan *commercials break* jadi ketika kita mau masuk misal per jeda iklan ada delapan iklan yang akan disiarkan ya kita harus menunggu. Kemudian apabila jam M2M di ganti dengan program siaran insidental atau di beli oleh suatu sponsor maka penayangan iklan tetap sama disesuaikan dengan kontrak iklan pada program M2M.



18. **A: Apakah program yang mempunyai rating yang bagus mempengaruhi biaya iklan?**

B: Iya tentu, biasanya ada biaya tambahan karena program reguler dan *prime time* dibedakan.

19. **A: Bagaimana cara Radio Top Fm Paguyangan mempertahankan klien pengiklan?**

B: Menjalin kemitraan dengan klien pengiklan seperti saling memantau penayangan iklan, menerima masukan dari pengiklan dan segera diperbaiki jika ada sesuatu yang tidak sesuai dengan kesepakatan. Misal barang kali ada penyiar yang tidak memutar iklan karena ada *trouble* maka kita akan terbuka dan memberikan kompensasi siaran iklan hal ini dilakukan sebagai bentuk pelayanan.

20. **A: Adakah perbedaan harga antara iklan lokal dan nasional di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Ada kalo harga iklan lokal sesuai dengan peraturan bupati yaitu 5000 sedangkan untuk iklan nasional 25.000 per sekali tayang.

21. **A: Apakah bagian program berkomunikasi dengan pemasar mengenai prospek penjualan program kepada pemasang iklan, khususnya pada program M2M?**

B: Iya dong, ketika akan membuat suatu program kita juga harus duduk bersama dulu berkomunikasi untuk menentukan segmentasi penjualan, programnya mau seperti apa, penempatan jam program setelah matang biasanya kita lakukan eksekusi bersama dengan tetap melakukan tanggung jawab per divisi.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENYIAR PROGRAM M2M  
RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber : Riski Bachtiar**  
**Jabatan : Penyiar Program M2M**  
**Pendidikan : SMA Jurusan Multimedia**  
**Waktu : 17 Juni 2021**  
**Tempat : Kantor Radio Top Fm Paguyangan**

**B. Pertanyaan**

1. **A: Bagaimana rasanya menjadi penyiar program M2M?**

B: Ya tentunya lebih enak yah, apalagi Rizki juga anak muda apalagi sasaran pendengar kita anak muda jadi nyatu aja.

2. **A: Strategi apa yang dilakukan sebelum siaran program M2M?**

B: Disini kita nyiapin materi yang mau dibawain, kaya buat tema buat hari ini apa gitu. Bisanya nyari temanya sesuai dengan berita yang lagi viral.

3. **A: Apa lagu favorit yang sering direquest di acara program M2M?**

B: Banyak sih, rata-rata lagu baru kaya lagunya virgoun orang yang sama trus Budi Doremi mesin waktu dan hampir tiap malam itu diputar.

4. **A: Langkah-langkah seperti apa yang digunakan oleh penyiar dalam menyampaikan tema-tema yang dibahas?**

B: Biasanya kita saat opening kasih subtema dulu biar pendengar itu bisa tau kita mau bahas topik apa nih.

5. **A: Ada berapa penyiar yang memegang program M2M?**

B: lebih banyak sama Riski karna aku penyiar tetap, tapi kalo Riski libur biasanya sama kak sabet yang gantiin.

6. **A: Tipe-tipe pendengar seperti apa dalam Program M2M?**

B: Banyak sih, karena program M2M pendengarnya juga bukan orang muda dong sih. Pendengar juga ada yang suka kirim *request* lagu, salam sapa pendengar dan suka kirim puisi, pantun ataupun tebak-tebakan gitu.

7. **A: Biasanya setiap penyiaran program M2M ada berapa pendengar yang aktif mengirimkan pesan?**

B: Gak nentu sih, ya rata-rata 15 pendengar yang mengirimkan pesan melalui WhatsApp.

8. **A: Adakah hambatan dalam menyiarkan program M2M?**

B: Paling kalo pas penyiarnya lagi *badmood* sih, apalagi kalo lagi sariawan.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENYIAR PROGRAM M2M  
RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber : Elisabet**

**Jabatan : Penyiar Program M2M**

**Pendidikan : Mahasiswa IAIN Purwokerto**

**Waktu : 6 Agustus 2021**

**Tempat : Kantor Radio Top Fm Paguyangan**

**B. Pertanyaan**

**1. A: Bagaimana rasanya menjadi penyiar program M2M?**

B: Kalo aku sih rasanya seru yah karena pembahasannya lebih luas trus kemudian pendengarnya satu frekuensi yang suka lagu pop, trus kemudian dari segi interaksi lebih seru sih mungkin karena waktu siaran program M2M malem yah pendengar juga punya waktu luang banyak, jadi gak untuk komunikasi bisa selalu dapet *feedback* yang bagus dari pendengar. Terkadang kita juga buka telepon interaktif buat pendengar hal ini dilakukan untuk memicu pendengar.

**2. A: Strategi apa yang dilakukan sebelum siaran program M2M?**

B: Kalo sebelum siaran program M2M biasanya aku buka-buka twitter sama instagram karena sasarannya anak muda. Jadi kita kan lebih kepengin mereka tuh tau kalo program M2M punya efek yang bagus buat pendengar dengan menyampaikan informasi yang banyak dibicarakan orang. Misal hari ini lagi

rame tentang rossi yang mau pensiun jadi kita akan bahas duniawi per GPan. Sehingga program ini lebih fokus mencari trend saat ini sih. Selain itu ketika aku sama Rizki siaran bareng di program M2M dalam menyampaikan suatu pendapat, kebetulan aku sama Rizki punya sudut pandang yang berbeda yang membuat pendengar ikut terlibat memilih berada di kubu mana nih, jadi makin interaktif sama pendengar.

3. **A: Apa lagu favorit yang sering direquest di acara program M2M?**

B: Lagunya Reza Arap Hello Good bye trus lagunya Judika Putus atau terus. Biasanya lebih ke lagu-lagu galau.

4. **A: Langkah-langkah seperti apa yang digunakan oleh penyiar dalam menyampaikan tema-tema yang dibahas?**

B: Kalo tema sih kita lebih memilih tema yang membicarakan hal-hal yang positif, santai. Hal ini menjadi tantangan bagi penyiar dengan mengemas tema edukasi tapi tetep asik dengan tidak menciptakan sekat antara pendengar dan diusahakan setiap harinya kita membahas tema yang berbeda, kadang kita juga bahas *joke* soalnya tau sendirilah kalo gak asik pendengar juga males dengernya.

5. **A: Ada berapa penyiar yang memegang program M2M?**

B: Aku sama Rizki sih tergantung jadwal siaran juga sih.

6. **A: Tipe-tipe pendengar seperti apa dalam Program M2M?**

B: Kalo tipe pendengar lebih komunikatif yah soalnya biasanya mereka lebih ke curhat gitu sih. Aku juga gak tau kenapa mereka seterbuka itu berarti mereka percaya dan mau ceritanya didengar. Kadang juga ada yang curhat tapi gak mau nyebutin identitasnya Cuma pengen minta pendapat aja. Selain itu, ada pendengar yang mengirimkan karya atau kita yang lebih menawarkan misal saat

telepon interaktif ada yang curhat mengenai usahanya trus kita coba bantu buat pasarin usahanya karena sekarang kan lagi PPKM yah.

**7. A: Biasanya setiap penyiaran program M2M ada berapa pendengar yang aktif mengirimkan pesan?**

B: Gak nentu sih, ya rata-rata 10-15 pendengar yang mengirimkan pesan melalui WhatsApp.

**8. A: Adakah hambatan dalam menyiarkan program M2M?**

B: Kalo hambatan lebih ke waktu sih, karena kita harus membagi waktu antara lagu, iklan sama komunikasi dengan pendengar belum lagi saat kita baca-baca artikel. Terkadang kita kekurangan waktu sih, misal di waktu akhir ada yang curhat minta diputarkan lagu kadang kita gak bisa muterin atau nanggepin.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENDENGAR SETIA  
PROGRAM M2M RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber** : Sukma Aryani  
**Usia** : 17 Tahun  
**Pekerjaan** : Pelajar  
**Tanggal Wawancara** : 17 Juni 2021  
**Alamat** : Grengseng

**B. Pertanyaan**

1. **A: Apa yang membuat anda tertarik mendengarkan Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Karena bisa kenal dengan penyiarinya trus bisa dapet temen baru dan bisa request lagu juga. Oh iya selain itu kita bisa promosi karya juga, karna aku kan kebetulan suka nulis.

2. **A: Apa yang anda ketahui tentang program M2M?**

B: Program M2M itu program yang memutar lagu pop Indonesia selain itu memberikan banyak informasi seperti informasi seputar lagu.

3. **A: Apa yang anda sukai tentang program M2M?**

B: Pembawaan penyiarinya kak.

4. **A: Bagaimana kesan anda tentang program M2M?**

B: Keren sih kak, tapi harus ditingkatkan lagi kaya jangan terlalu banyak iklan mungkin gitu.

5. **A: Segmen apa yang anda sukai dalam program M2M? Misalnya saat segmen *Popular information, problem solver, tips, curcol, Tanya Top Mania, dan Sharing.***

B: Curcol, Tanya Top Mania, dan *Sharing*.

6. **A: Lagu favorit yang sering anda dengarkan apa saja?**

B: Yuniti, Restu Waktu.

7. **A: Apakah anda termasuk pendengar yang aktif berpartisipasi dalam program M2M, misalnya mengirimkan pesan, telpon atau komentar di situs jejaring sosial Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Aktif kirim request via whatsApp, bisanya juga sering komentar tentang suatu topik, atau lagu yang sedang dibahas sih kak.



**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENDENGAR SETIA  
PROGRAM M2M RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

<b>Narasumber</b>	<b>: Ratih Alvira Maulina</b>
<b>Usia</b>	<b>: 18 Tahun</b>
<b>Pekerjaan</b>	<b>: Karyawan Swasta</b>
<b>Tanggal Wawancara</b>	<b>: 7 Juli 2021</b>
<b>Alamat</b>	<b>: Cikarang Utara</b>

**B. Pendengar**

**1. A: Apa yang membuat anda tertarik mendengarkan Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Programnya, materinya, cerita dan nasehatnya, penyiarinya yang seru dan musik yang menghibur.

**2. A: Apa yang anda ketahui tentang program M2M?**

B: M2M adalah program yang dibuat khusus untuk orang muda/remaja, namun acara ini bisa juga didengar dan dinikmati oleh kalangan umum. Program M2M bisa juga sebagai media untuk berbagi pendapat dan menerima solusi untuk masalah yang dihadapi oleh remaja masa kini, bukan hanya masalah cinta. Tapi untuk masalah apapun yang terjadi semuanya bisa di sharing dan bisa mendapatkan solusinya di program ini.

3. **A: Apa yang anda sukai tentang program M2M?**

B: Segmennya, materinya, lagunya, penyiarnya dan juga jam operasionalnya yang tepat dan cocok untuk anak muda seperti saya.

4. **A: Bagaimana kesan anda tentang program M2M?**

B: Sangat menghibur sekali, semua penyiarnya baik ramah dan asik bila diajak berkomunikasi.

5. **A: Segmen apa yang anda sukai dalam program M2M? Misalnya saat segmen *Popular information, problem solver, tips, curcol, Tanya Top Mania, dan Sharing.***

B: *Problem solver, tips and Sharing.*

6. **A: Lagu favorit yang sering anda dengarkan apa saja?**

B: Gangga, Blue Jeans.

7. **A: Apakah anda termasuk pendengar yang aktif berpartisipasi dalam program M2M, misalnya mengirimkan pesan, telpon atau komentar di situs jejaring sosial Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Tidak, tapi terkadang meminta *request* lagu.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENDENGAR SETIA  
PROGRAM M2M RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber** : Happy Dwi Alfarizi  
**Usia** : 16 Tahun  
**Pekerjaan** : Pelajar  
**Tanggal Wawancara** : 7 Juli 2021  
**Alamat** : Dukuh Langkap Krajan Bumiayu

**B. Pertanyaan**

1. **A: Apa yang membuat anda tertarik mendengarkan Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Pembicaranya friendly sih enak diajak ngobrol.

2. **A: Apa yang anda ketahui tentang program M2M?**

B: Program yang memutar musik pop Indonesia.

3. **A: Apa yang anda sukai tentang program M2M?**

B: Bisa denger lagu pop Indonesia yang jadi favorit dan sedang hits saat ini.

4. **A: Bagaimana kesan anda tentang program M2M?**

B: Bagus karena dengan adanya program ini kita bisa tau music pop Indonesia yang sedang trend saat ini.

5. **A: Segmen apa yang anda sukai dalam program M2M? Misalnya saat segmen *Popular information, problem solver, tips, curcol, Tanya Top Mania, dan Sharing.***

B: Popular information karena dapat mengetahui berita apa saja yang sedang populer.

6. **A: Lagu favorit yang sering anda dengarkan apa saja?**

B: Pelangi dari Hivi.

7. **A: Apakah anda termasuk pendengar yang aktif berpartisipasi dalam program M2M, misalnya mengirimkan pesan, telpon atau komentar di situs jejaring sosial Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Untuk sekarang sudah jarang aktif.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN PENDENGAR SETIA  
PROGRAM M2M RADIO TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber** : Aripianto Saputro  
**Usia** : 16 Tahun  
**Pekerjaan** : Pelajar  
**Tanggal Wawancara** : 7 Juli 2021  
**Alamat** : Kretek

**B. Pertanyaan**

1. **A: Apa yang membuat anda tertarik mendengarkan radio Top Fm Paguyangan?**

B: Suka aja sama pembawa acaranya asik-asik banget sama lagu-lagunya juga bagus sh kak.

2. **A: Apa yang anda ketahui tentang program M2M?**

B: Biasanya suka puterin lagu yang hits.

3. **A: Apa yang anda sukai tentang program M2M?**

B: Lagunya bagus-bagus.

4. **A: Bagaimana kesan anda tentang program M2M?**

B: Enak didenger pas lagi nyantai.

5. **A: Segmen apa yang anda sukai dalam program M2M? Misalnya saat segmen *Popular information, problem solver, tips, curcol, Tanya Top Mania, dan Sharing.***

B: *Sharing* sih karena asik aja *sharing* di radio

6. **A: Lagu favorit yang sering anda dengarkan apa saja?**

B: Lagunya Avril Lavigne *Wish you were here.*

7. **A: Apakah anda termasuk pendengar yang aktif berpartisipasi dalam program M2M, misalnya mengirimkan pesan, telpon atau komentar di situs jejaring sosial Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Jarang sih, aku lebih suka di acara top *request.*

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN KLIEN PENGIKLAN RADIO  
TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

<b>Narasumber</b>	<b>: Umi</b>
<b>Usia</b>	<b>: 50 Tahun</b>
<b>Pekerjaan</b>	<b>: Pemilik Toko Enyonge Bumiayu</b>
<b>Tanggal Wawancara</b>	<b>: 16 Agustus 2021</b>
<b>Alamat</b>	<b>: Jalan PLN Pasar Induk Bumiayu</b>

**B. Pertanyaan**

- 1. A: Apa yang menjadi perhatian pengiklan untuk memutuskan memasang iklan di Radio Top FM Paguyangan?**  
B: Jangkauan radio Top Fm Paguyangan yang luas, sehingga diharapkan dapat memperkenalkan dan mempromosikan keberadaan toko kami.
- 2. A: Sejak kapan Anda menjadi klien pengiklan di Radio Top Fm Paguyangan?**  
B: Udah lama sih, saya lupa.
- 3. A: Kapan waktu Penayangan iklan yang dipilih oleh pemasang iklan dan kontrak iklan apa yang dipilih, misal menjadi sponsor tunggal, barter, atau berdasarkan persentase penjualan?**  
B: kontrak iklan yang dipilih sesuai dengan pembagian penayangan iklan yang sudah diatur oleh Radio Top Fm Paguyangan.

- 4. A: Klasifikasi program radio seperti apa yang dipilih oleh pemasang iklan?**  
B: Program saat Ramadhan karena banyak orang yang mendengarkan radio terutama pada saat sahur.
- 5. A: Apakah pemasang iklan mengetahui program M2M (Musik untuk orang muda) yang di siarkan setiap hari pukul 19.00-21.00 WIB?**  
B: Tidak tau.
- 6. A: Bagaimana ketertarikan pengiklan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan atau program M2M?**  
B: Kalo ketertarikan memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan karena hingga saat ini masih eksis dan banyak pendengarnya.
- 7. A: Apakah Anda memilih untuk memutuskan menggunakan paket iklan?**  
B: Iya saya menggunakan paket bulanan karena lebih terjangkau.
- 8. A: Apakah Anda termasuk klien pengiklan yang memperpanjang kontrak iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**  
B: Iya selalu perpanjang iklan dari dulu.
- 9. A: Bagaimana kesan Anda setelah memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**  
B: Semenjak memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan toko enyonge makin banyak dikenal oleh masyarakat Bumiayu dan sekitarnya, hal ini dilihat dari kenaikan penjualan.



**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN KLIEN PENGIKLAN RADIO  
TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

**Narasumber** : Tristian  
**Usia** : 35 Tahun  
**Pekerjaan** : Manager Sate Subali Cabang Bumiayu-Paguyangan  
**Tanggal Wawancara:** 19 Agustus 2021  
**Alamat** : JL Lingkar Bumiayu Km.8 Langkap Bumiayu

**B. Pertanyaan**

1. **A: Apa yang menjadi perhatian pengiklan untuk memutuskan memasang iklan di Radio Top FM Paguyangan?**

B: Jangkauan siaran yang luas, karena ada beberapa radio yang jangkauannya hanya di wilayah kecamatan Bumiayu. Kalo di Radio Top Fm Paguyangan kan bisa luar daerah minimal Brebes Selatan. Alasan lain saya memutuskan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan karena adanya *relationship* dengan pihak radio sehingga saya ingin menjalin kemitraan antar perusahaan.

2. **A: Sejak kapan Anda menjadi klien pengiklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Dari tahun 2020, itupun tidak setiap bulan karena saya sesuaikan dengan kebutuhan.

3. **A: Kapan waktu Penayangan iklan yang dipilih oleh pemasang iklan dan kontrak iklan apa yang dipilih, misal menjadi sponsor tunggal, barter, atau berdasarkan persentase penjualan?**

B: Kalo boleh memilih di waktu *prime time* tapi kembali lagi disesuaikan dengan anggaran kantor jadi saya memilih waktu *regular time*. Kemudian kapan saya mulai beriklan ketika ada menu baru dengan tujuan untuk mempublikasikan ke masyarakat luas.

4. **A: Klasifikasi program radio seperti apa yang dipilih oleh pemasang iklan?**

B: Kalo program pasti yang *prime time*, Cuma kita kan pemasang iklan yang menyesuaikan dengan target pasar jadi kalo saya punya produk target pasarnya untuk kalangan tua ya saya milihnya program untuk orang tua. Kalo produk saya sasarannya untuk menengah bawah saya pilih program yang arahnya ke situ. Cuma kan saat ini radio yang saya lihat belum bisa menyuguhkan itu sehingga pemasang iklan kan tidak di kasih tau mengenai program yang menjadi unggulan, diwaktu *prime time* atau *regular* jadi saya pasang aja yang penting iklan saya tayang agar tersampaikan pendengar.

5. **A: Apakah pemasang iklan mengetahui program M2M (Musik untuk orang muda) yang di siarkan setiap hari pukul 19.00-21.00 WIB?**

B: Saya tidak pernah dengar radio karena saya hanya memasang iklan saja lewat *relation*.

6. **A: Bagaimana ketertarikan pengiklan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan atau program M2M?**

B: Asal ada yang mempresentasikan, jelas mengenai format dan kemasan program, partisipasi pendengar program maka kita akan tertarik.

7. **A: Apakah Anda memilih untuk memutuskan menggunakan paket iklan?**

B: Iya karena kalau yang gak di paket regular harganya itu tidak rasional. Karena tujuan saya hanya ingin mempromosikan produk dari perusahaan jadi gak harus sehari berapa puluh kali siar yang penting masyarakat mengenal produk saya dengan siaran secara rutin.

8. **A: Apakah Anda termasuk klien pengiklan yang memperpanjang kontrak iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Tergantung kalau pihak radio dapat meyakinkan saya bahwa beriklan di radio top Fm dapat mendongkrak penjualan pasti perpanjang terus tapi kalo tidak ada yang bisa meyakinkan maka saya akan memasang iklan sesuai dengan kebutuhan saja. Berarti untuk perpanjangan saya sudah 4 kali.

9. **A: Bagaimana kesan Anda setelah memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Biasa saja sih.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN KLIEN PENGIKLAN RADIO  
TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

<b>Narasumber</b>	: Afi Zulfikar
<b>Usia</b>	: 30 Tahun
<b>Pekerjaan</b>	: Manager Store Presiden Elektronik & Raja Kasur
<b>Tanggal Wawancara</b>	: 19 Agustus 2021
<b>Alamat</b>	: Jl Raya Kalierang No. 416 Bumiayu Brebes

**B. Pertanyaan**

**1. A: Apa yang menjadi perhatian pengiklan untuk memutuskan memasang iklan di Radio Top FM Paguyangan?**

B: Radio Top Fm Paguyangan hingga sekarang masih banyak diminati oleh masyarakat kemudian untuk alasan lain karena ingin mendukung radio pemerintah daerah agar makin maju. Selain itu sepengetahuanku Radio Top Fm merupakan radio satu-satunya yang memiliki jangkauan yang luas di Brebes Selatan.

**2. A: Sejak kapan Anda menjadi klien pengiklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Pertama pasang iklan bulan maret 2020 berarti baru satu tahun setengah.

**3. A: Kapan waktu Penayangan iklan yang dipilih oleh pemasang iklan dan kontrak iklan apa yang dipilih, misal menjadi sponsor tunggal, barter, atau berdasarkan persentase penjualan?**

B: Kontrak iklan yang dipilih itu kontrak iklan yang paling efisien menurut toko yang biayanya standar dengan mengikuti paket iklan.

**4. A: Klasifikasi program radio seperti apa yang dipilih oleh pemasang iklan?**

B: Kalo kita lebih memilih program-program yang masih *relate* sama orang tua dengan target market kita customer usia di atas 35 tahun, di bawah 35 tahun kita ga pake radio.

**5. A: Apakah pemasang iklan mengetahui program M2M (Musik untuk orang muda) yang di siarkan setiap hari pukul 19.00-21.00 WIB?**

B: Tau, karena dari dulu saya pendengar program M2M. Dulu pas jaman SMA itu masih rame kartu atensi, pilpen untuk merequest lagu.

**6. A: Bagaimana ketertarikan pengiklan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan atau program M2M?**

B: Kalo untuk Jakarta elektronik sendiri kurang begitu berminat di jam M2M ini karena program M2M kan pasti pendengarnya anak muda, sedangkan anak muda bukan jadi target kita. Dari pihak radio sih sudah menawarkan mengenai program *prime time* cuma kami belum berminat.

**7. A: Apakah Anda memilih untuk memutuskan menggunakan paket iklan?**

B: Menggunakan paket iklan regular 10 kali tayang per hari aja deh. Karena masuk ke budget perusahaan.

**8. A: Apakah Anda termasuk klien pengiklan yang memperpanjang kontrak iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Selalu lanjut, berarti sudah 17 kali memperpanjang kontrak siaran iklan karena udah cocok aja.

**9. A: Bagaimana kesan Anda setelah memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Kesan positif bagus. Mungkin kalau boleh saran lebih di tingkatkan lagi programnya agar menarik pendengar.

**TRANSKRIP WAWANCARA DENGAN KLIEN PENGIKLAN RADIO  
TOP FM PAGUYANGAN**

**STRATEGI PERENCANAAN PROGRAM M2M (MUSIK UNTUK  
ORANG MUDA) DALAM MENARIK PENGIKLAN DI RADIO TOP FM  
95.1 PAGUYANGAN**

---

**A. Informan**

<b>Narasumber</b>	: Robby
<b>Usia</b>	: 47 Tahun
<b>Pekerjaan</b>	: Pemilik Sorum Cahaya Purnama
<b>Tanggal Wawancara</b>	: 20 Agustus 2021
<b>Alamat</b>	: Perumahan palm indah RT 1 RW 7 No 31

**B. Pertanyaan**

- 1. A: Apa yang menjadi perhatian pengiklan untuk memutuskan memasang iklan di Radio Top FM Paguyangan?**  
B: Letak kantor radio yang tidak jauh dari usaha saya, selain itu ketika saya mendengarkan iklan di Radio Top Fm dalam penyampaian iklan sangat menarik mudah diterima oleh masyarakat. Kemudian hal lain yang jadi pertimbangan karena jaringan radio luas yah mba.
- 2. A: Sejak kapan Anda menjadi klien pengiklan di Radio Top Fm Paguyangan?**  
B: Pertengahan 2020.
- 3. A: Kapan waktu Penayangan iklan yang dipilih oleh pemasang iklan dan kontrak iklan apa yang dipilih, misal menjadi sponsor tunggal, *barter*, atau berdasarkan persentase penjualan?**

B: Kontrak iklan yang dipilih paket iklan bulanan yang biasa, yang penting iklan saya tayang dan masyarakat mengenal.

**4. A: Klasifikasi program radio seperti apa yang dipilih oleh pemasang iklan?**

B: Program yang mempunyai banyak pendengar sehingga diharapkan orang mengetahui usaha saya.

**5. A: Apakah pemasang iklan mengetahui program M2M (Musik untuk orang muda) yang di siarkan setiap hari pukul 19.00-21.00 WIB?**

B: Tidak karena saya hanya memasang iklan saja.

**6. A: Bagaimana ketertarikan pengiklan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan atau program M2M?**

B: Ketertarikannya karena dengan beriklan di Radio Top Fm Paguyangan orang dapat mengenal cahaya purnama dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

**7. A: Apakah Anda memilih untuk memutuskan menggunakan paket iklan?**

B: Iya paket bulanan.

**8. A: Apakah Anda termasuk klien pengiklan yang memperpanjang kontrak iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Iya perpanjang terus sampai sekarang berarti semenjak pertengahan 2020.

**9. A: Bagaimana kesan Anda setelah memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan?**

B: Puas sesuai dengan harapan saya mengenai komitmen penayangan iklan.



**DOKUMENTASI**



**Bersama Manager Radio Top Fm Paguyangan  
Bapak Muhammad Sopan, SE**



**Bersama Manager Program sekaligus penyiar Program M2M**

**Bapak Riski Bactiar**



**Dengan Marketing Radio Top Fm Paguyangan**

**Bapak Bayu Akhmad**



**Dengan Penyiar Program M2M**

**DJ Sabet,**



**Bersama Pendengar Setia Program M2M**

**Sukma Aryani**

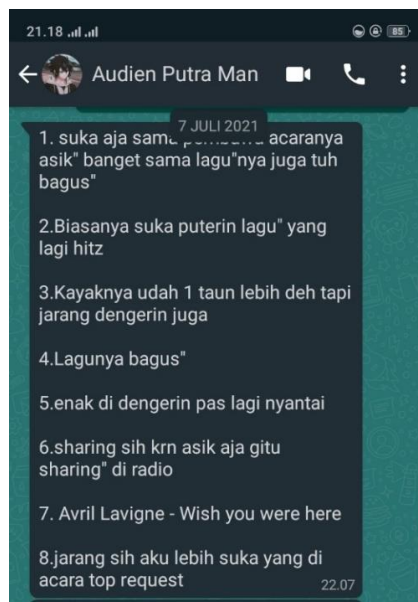


**Bersama Pendengar Setia Program M2M**

**Ratih Arvia Maulina**



**Bersama Pendengar Setia Program M2M  
Happy Dwi Alfarizi**



**Wawancara bersama Pendengar Setia Program M2M  
Aripianto Saputra**



**Bersama Pemilik Toko Enyonge Bumiayu  
Ibu Umi**



**Bersama Manager Sate Subali Cabang Bumiayu Paguyangan  
Bapak Tristian.**





**Dengan Manager Store Jakarta Elektronik & Raja Kasur  
Bapak Afi Zulfikar.**



**Dengan Manager Sorum Cahaya Purnama Paguyangan  
Bapak Roby.**

## Lampiran VI

### Profil Penulis



Nur Amalia Oktiviani lahir di Brebes pada tanggal 7 Oktober 1996. Merupakan anak pertama dari Bapak Akhmad Faizin dan Ibu Nur Khayati. Saat ini penulis tinggal di Jalan At-taqwa RT 02 RW 01 Desa Dukuhturi, Kecamatan Bumiayu, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah 52273.

Riwayat pendidikan penulis di mulai dari pendidikan usia dini pada tahun 2001-2002 di Tk Islam Ta'ulumul huda Bumiayu. Kemudian melanjutkan pendidikan dasar selama enam tahun di SD Dukuhturi 1 pada tahun 2003-2008. Penulis melanjutkan ke bangku SMP tepatnya di SMP Islam Ta'allumul Huda Bumiayu pada tahun 2009-2011. Setelah lulus SMP penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan di SMA 1 Paguyangan pada tahun 2012-2014. Kemudian pada tahun 2014-2015 penulis mengambil program keahlian selama satu tahun di Magistra Utama Purwokerto dengan mengambil Jurusan Administrasi Perkantoran dan Bekerja di PT Distriversa Buanamas yang merupakan perusahaan distribusi fisik obat-obatan, barang kosmetik, dan makanan yang mencakup seluruh nusantara Indonesia selama 2 Tahun. Dan pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Peradaban, Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Politik. Selama menjadi mahasiswa penulis aktif dalam bidang organisasi dan pernah menjabat di bidang advokasi yang bertugas membantu menyampaikan aspirasi mahasiswa selama satu periode di tahun 2018.

Penulis menyertakan tempat agar mudah dihubungi melalui:

Email [Amaliaoktiviani60@gmail.com](mailto:Amaliaoktiviani60@gmail.com) dan Instagram Amalia\_Oktiviani