

LAMPIRAN



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Program Studi Ilmu Komunikasi

Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510

021 - 567 4223 (hunting), Hotline Services : 021 - 7064 6060 / 021 - 7024 7272

KARTU ABSENSI BIMBINGAN

KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA : Gita Zakiyah Imanda

NIM/PEMINATAN : 20180508026 / Broadcasting

NO. TELP/EMAIL : 081325256646 mndacz30@gmail.com

JUDUL : STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL MELALUI APLIKASI INSTAGRAM

PADA PROGRAM STAR IN THE MORNING DI STAR RADIO 107,3 FM TANGERANG

DOSEN PEMBIMBING : Arie Nugraha, S.Sos, M.Si

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	01.06.2022	IV	PENGAJUAN BAB IV	
2	07.06.2022		PENGAJUAN PERTANYAAN	
3	14.06.2022	IV	REVISI BAB IV	
4	21.06.2022	IV	ACC BAB IV	
5	28.06.2022	V	PENGAJUAN BAB V	
6	05.07.2022	V	REVISI BAB V	
7	12.07.2022	V	ACC BAB V	
8	19.07.2022	VI	PENGAJUAN BAB VI	
9	26.07.2022		PENGAJUAN JURNAL	
10	05.08.2022	VI	ACC BAB VI & JURNAL	

Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan/pembimbingan

Mahasiswa

(Mahasiswa)

Mengetahui,

(Ka. Peminatan)

DAFTAR JAWABAN PERTANYAAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Instagram @Staradiotangerang Pada Program Star In The Morning

Narasumber I

Nama Lengkap : Ade Pandi

Pekerjaan : Program and Music Director dan Penyiar Radio di Program Star In The Morning

Sejarah berdirinya radio Star 107.3 FM

Pertanyaan :

1. Kapan dan bagaimana awal berdirinya radio Star 107.3 FM?

Jawab :

Star radio berdiri pada tahun 1989, pertama adanya di pasar kemis tangerang. dulu frekuensinya 106.5 FM, frekuensi mulai berganti pada thn 2000an awal, baru bergeser ke 107.3 FM.

2. Siapa pemilik radio Star 107.3 FM?

Jawab

Dari awal sampai saat ini pemiliknya masih bapak Dani Iskandar.

3. Bagaimana eksistensi radio Star 107.3 FM ditengah persaingan radio sekarang?

Jawab

Eksistensi alhamdulillah tidak mengalami perubahan yang drastis, tetapi kita berusaha membuat formula-formula baru yang diadaptasikan menjadi kekinian. program-program kekinian, mencoba melihat situasi yang berkembang dari tahun ke tahun.

4. Apa rencana ke depan dalam menghadapi persaingan radio?

Jawab

Kita bangun berbagai macam creative content khususnya di media sosial content. karena suka tidak suka, mau tidak mau, star radio dalam hal ini harus beradaptasi dengan perkembangan zaman dengan era media sosial lise, kita gabungkan antara

siaran konvensional dengan media sosial lise, dalam hal ini dengan sosial media baik itu instagram, tiktok, youtube dan facebook.

Visi misi didirikan radio Star 107,FM

1. Apa visi dan misi radio Star 107.3 FM?

Jawab

Star radio sebagai media publikasi, yang membangun dan mencerdaskan masyarakat Indonesia khususnya di kota Tangerang. Jadi kita mencoba sebagai media memberikan informasi-informasi yang bersifat memberikan edukasi perkembangan di situasi saat ini sampai yang akan datang.

Program acara yang telah ditetapkan radio Star 107.3 FM.

1. Pada awal berdiri program apa saja yang dijalankan?

Jawab

Kalo dulu justru banyak program hampir di setiap jam ada, per dua jam sekali banyak program baru. Tapi untuk sekarang ini kita menyesuaikan kondisi yang ada, kita mencoba beradaptasi dengan keadaan media saat ini.

2. Sekarang ini program apa yang dijalankan?

Jawab

Kalo yang saat ini program yang masih ada yang saya tahu ada program Star In The Morning, lalu Star Track, kemudian weekend ada Star Community. Nah Star radio sekarang punya yang namanya "micro program". Micro program itu adalah sub program dari yang ada. Misalkan, Star in the morning itu mean programnya tapi ada sub programnya kecil namanya "great music mania atau disingkat GMM". GMM itu program modifikasi request, kalo dahulu orang request bahasanya untuk nyetel lagu, tapi kalo sekarang ini Star wajahnya berubah diisi dengan melibatkan pendengar menjadi penyiar itu masuk di program GMM, disitu pendengar bisa bersuara langsung layaknya seorang penyiar, dia bisa memutar lagu. Makanya bahasa yang di ganti tidak lagi request tetapi menjadi memilih lagu, memilihkan lagu untuk teman Tangerang. Itu merupakan bahasa panggilan pendengar Star.

3. Pada jam berapa saja program tersebut dijalankan?

Jawab

Program Star In The Morning mulai jam 06.00 sampai 10.00, lalu Star Track itu mulai jam 16.00 sampai 20.00, kemudian weekend ada Star Community mulai jam 13.00 sampai 17.00 entah itu komunitas pedagang, komunitas pecinta musik, komunitas sepeda. Kalo dulu justru banyak program hampir di setiap jam ada, per

dua jam sekali banyak program baru. tapi untuk sekarang ini kita menyesuaikan kondisi yang ada, kita mencoba beradaptasi dengan keadaan media saat ini.

4. Mengapa memilih program tersebut?

Jawab

Karena kita ingin melibatkan pendengar menjadi penyiar itu masuk di program GMM, disitu pendengar bisa bersuara langsung layaknya seorang penyiar, dia bisa memutar lagu. Makanya bahasa yang di ganti tidak lagi request tetapi menjadi memilih lagu, memilihkan lagu untuk teman tangerang. Itu merupakan bahasa panggilan pendengar Star.

Segmen pasar yang menjadi target radio Star 107.3 FM

1. Segmen pasar apa yang hendak dicapai radio Star 107.3 FM?

Jawab

Segmen pendengar yang dituju oleh Star itu saat ini usia 20 tahun sampai 40 tahun, jadi sisanya walaupun ada pendengar yang usianya diatas 40 tahun itu namanya bias, atau dibawah 20 tahun disebut bias juga.

2. Mengapa segmen pasar tersebut yang diraih?

Jawab

Karena dari usia 20 tahun sampai dengan 30 tahun itu kebanyakan orang-orang yang profesinya sebagai mahasiswa dan pekerja. Mereka ada yang nyambi sebagai mahasiswa dan bekerja, karena di usia segitulah mereka mengalami fase produktif dan lagi aktif-aktifnya dalam mencari identitas, mencari pekerjaan, termasuk juga membangun kreativitas buat diri sendiri.

Strategi marketing dan komunikasi yang direncanakan radio 107.3 FM.

1. Strategi marketing dan strategi komunikasi apa yang diterapkan dalam meraih pendengar dan iklan?

Jawab

Strategi marketingnya untuk sementara ini yang manual seperti biasa kita bikin spot program yang sifatnya memancing pendengar untuk bisa ikutan berinteraksi dengan Star radio itu lewat micro program yang namanya GMM “Great Music Manial” dan satu lagi T3 yaitu “Today Trending Topic”, di mana si pendengar bisa ikutan beropini pada saat Star membuka sesi opini. Katakanlah temanya saat ini tentang “bensin naik pilih pake kendaraan sendiri atau kendaraan umum?” nah itu opini

pendengar yang kita kumpulkan nanti kita on air kan. Nah itu kan melibatkan banyak pendengar untuk ikut di situ termasuk yang memilih lagu.

2. Dengan media apa pendengar bisa berinteraksi langsung dengan penyiar untuk memberikan beropi dan untuk merequest lagu?

Jawab

Nah kita ubah formatnya jadi kita melibatkan pendengar lewat voice note di media sosial whatsapp. Jadi mereka kita minta untuk bersuara lewat voice note di whatsapp. Jadi ketika mereka meminta lagu, minta dipilih lagu, mereka cukup bersuara di voice note lalu kemudian voicenya dia dimasukkan ke komputernya Star lalu di udara kan oleh penyiar.

Pemanfaatan media sosial dalam penyampaian pesan.

1. Media sosial apa saja yang digunakan dalam komunikasi dengan pendengar?

Jawab

Untuk saat ini instagram masih menjadi media pertama yang kita prioritaskan untuk alat komunikasi Star ke pendengar.

2. Media sosial apa yang lebih banyak diminati dan efektif dalam penyampaian dan komunikasi dengan pendengar?

Jawab

tetap instagram sebagai media sosial yang paling banyak diminati dan paling efektif. kedua tiktok, ketiga facebook, terakhir twitter.

3. Pada saat kapan penggunaan media sosial dipergunakan?

Jawab

Sebenarnya hampir di setiap jam instagram itu difungsikan oleh admin kita untuk memberikan informasi termasuk informasi bakalan adanya wawancara atau mungkin adanya kegiatan yang bakal diselenggarakan oleh Star. Misalkan hari ini ada yang namanya talkshow jam 13.00 siang bersama narasumber lewat instagram kita sounding terlebih dahulu. kalo lewat radionya kita punya alat promosinya juga yang mengumumkan di radio itu bahwa hari ini ada talkshow dan iklan nya juga.

Strategi yang diterapkan dalam menjaring pendengar melalui media sosial.

4. Strategi apa saja yang dilakukan radio Star 107.3 FM dalam menarik pendengar?

Jawab

Yang tadi itu, kita melibatkan pendengar untuk bersiaran lewat suaranya dia lewat voice note.

5. Strategi apa yang digunakan radio Star 107.3 FM dengan pemanfaatan Instagram?

Jawab

Standar saja, biasanya kita gunakan fitur story, reels, postingan di feeds instagram. Pokoknya kita gunakan semua fitur yang ada di dalam instagramnya.

6. Kapan pemanfaatan media sosial Instagram dipergunakan pada program Star in the morning?

Jawab

Tidak melulu sih, kadang-kadang kita di instagram akan dimanfaatkan ketika misalkan pagi ini ada talkshow klien Star entah produk entah pemerintahan, saat itulah instagram kita gunakan untuk mempromosikan, memberikan sosialisasi kepada pendengar bahwa hari ini jam 09.00 pagi ada talkshow bersama bapak anu. Itu kita gunakan bisa H-1 sampai pada hari H. Hari H-nya mungkin kita live di instagram dan di post di reels.

7. Apa kelebihan dan kekurangan penggunaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dengan pendengar dalam program Star in the morning?

Jawab

Sebenarnya saya tidak mau nyebut ada kekurangan atau kelebihan, justru malah saya menyebutnya malah banyak kelebihan disitu. On air nya Star yang konvensional terbantu dengan adanya instagram untuk memberikan sosialisasi program lewat instagram.

kita juga bisa mengukur juga disitu dari jumlah viewers, likes, terlepas dari apa yang keluar dari frekuensinya Star radio disitu.

8. Apakah cukup efektif dengan penggunaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi pada program Star in the morning?

Jawab

Lumayan efektif.

9. Apa saja kendalanya bila menggunakan media sosial Instagram para program Star in the morning?

Jawab

Untuk sejauh ini belum.

10. Bagaimana menghadapi komplain atau keluhan pendengar pada media sosial Instagram pada program Star in the morning?

Jawab

Sejauh ini belum ada komplain.

Strategi yang diterapkan dalam menarik iklan.

1. Strategi apa saja dalam menarik iklan pada Star radio 107.3 FM?

Jawab

Untuk menggapai menarik iklan kita punya namanya marketing, marketing itulah yang akan menjual disitu. Nah mungkin kemasan program yang bakal kita jual ke klien melalui briefingnya orang program yang bikin program itu. Mekanismenya seperti program Star radio akan berdiskusi dengan tim marketing sebelum tim marketing menjual program ini keluar. Dia akan membriefing apa-apa yang menjadi jualanya program ini.

Misalkan program star in the morning, di dalam star in the morning itu klien bisa masukin iklan karena disini ada program namanya GMM "Great Music Mania".

Sweeper tips sehat, itu bisa kita jual. Nanti marketing yang akan mengkomunikasikan kepada klien mengejawantahkan yang keluar. Contoh, tips sehat minum air putih sehari 8 gelas, dengan cara kreatifnya kita. Lalu di ujung namanya PSA "Public Service Announcement" atau bahasa indonesianya ILM "Iklan Layanan Masyarakat". Materinya itu bisa berbentuk cerita dialog atau monolog, monolog itu penyiar bersuara sendiri.

2. Berapa banyak iklan yang bisa diterima pada media sosial Instagram pada program Star in the morning?

Jawab

Tidak ada batasan, justru makin banyak tambah senang. Iklan itu masuk dia memakai kontrak sebulan, bisa jadi besok tidak ada masuk lagi karena sudah di booking slot sama klien yang bersangkutan.

3. Kondisi seperti apa yang ingin dicapai oleh Star Radio, apakah ada Engagement yang tinggi, jumlah viewers, atau jumlah likes?

Jawab

Kita tidak perlu ada batas, justru kita sebanyak banyaknya, nah itu yang lagi diperjuangkan oleh Star, ya mungkin tidak cuma Star, semua media radio juga memperjuangkan hal itu, mengupayakan untuk mendapatkan viewer lebih banyak, likes banyak. Karena dengan banyaknya jumlah viewer, like, atau apapun itu bisa menjadi ladang penjual Star jg ke klien.

4. Kalau Viewers nya tinggi, berapa jumlah views yang dimaksud?
Dan kenapa views-nya segitu?

Jawab

Fluktuatif dan tentatif. Artinya tidak melulu, sampai sejauh ini bisa dibilang belum stabil yang like, yang view, bisa jadi hari ini banyak besok kurang. Kita tidak membatasi juga, malah lebih banyak lebih bagus, cuma mungkin kalau berbicara kondisinya rata-rata berapa? paling sehari standarnya 500 viewer.

5. Target nya seperti apa yang ingin Star Radio capai?

Jawab

Kalo target kita tidak ada, Unlimited kalo perlu, tidak perlu dibatasi seribu juga.

Radio Online dan Live streaming dalam siaran.

1. Bagaimana cara Star radio memanfaatkan sosial media untuk membantu sosialisasi programnya Star radio?

Jawab

kita sebisa mungkin untuk instagram, youtube, tiktok, kita coba bikin berbagai macam kreasi yang kita sesuaikan dengan instagram, youtube, dan tiktok. Jadi kita sesuaikan saja. Misalkan youtube kita coba perbanyak podcast, orang datang ke Star radio untuk di wawancarai di radionya, kali ini coba kita pindahkan ke youtube podcast, nah nantinya potongan itu yang akan kita ambil, rekaman suaranya dicemplungin lagi ke on air Star, nanti yang dalam bentuk gambar kita naikan ke youtube dan instagram.

2. Bagaimana radio dalam memanfaatkan media sosial Instagram dalam program live streaming siaran radio?

Jawab

Sejauh ini kita belum menggunakan instagram untuk live streaming, karena perlu perlengkapan alat yang cukup mumpuni untuk kebutuhan live streaming, tapi itu

sedang diupayakan sama Star untuk live streaming. Alat-alat seperti tripod, camera, audio, ring light.

Sejauh mana pengaruhnya penggunaan media sosial Instagram pada program Star in the morning pada radio Star 107.3 FM.

3. Apakah cukup membantu media sosial Instagram pada program siaran Star in the morning?

Jawab

Apakah ada peningkatan pendengar dan iklan yang masuk bila melalui media sosial Instagram pada program Star in the morning?

Tahapan pelaksanaan penyiaran program Star in the morning

1. Bisa diceritakan prosedur dan tahapan apa saja dalam pelaksanaan siaran program Star in the morning?

Jawab

Standarnya kita mencari info-info berita tips sehat untuk kita bacakan di program on airnya Star in the morning. Karena namanya program pagi kadang-kadang isinya tidak melulu soal lagu saja, tidak juga berisikan tentang informasi yang berat-berat seperti politik, kita lebih banyak kuota nya ke informasi kesehatan, informasi dunia hiburan, paling itu saja.

2. Apa harapan Star Radio dengan channel audio visual ini?

Jawab

Kita berusaha sebisa mungkin mensinergikan antara program on airnya radio Star dengan digital media. Dalam Hal ini youtube, instagram, kita selalu mensinergikan kedua elemen media itu antara digital dengan konvensional harus dibarengi keduanya.

3. Apa saja isi posting pada media sosial Tiktok Star radio?

Jawab

Untuk sampai saat ini sebenarnya kuota kreative yang di bangun di Star itu untuk tiktok sebenarnya masih terlalu sedikit ya, kebanyakan kalo ditanya isinya apa saja masih berkutik di picture. Picture itu isinya becandaan dari crew-crew Star tetapi yang mengarahkan orang untuk mendengarkan Star, atau kadang-kadang apa yang lagi hangat diviralkan oleh sosial media lainnya kita angkat lagi dalam bahasanya Star, kayak begitu.

4. Apa saja isi posting pada media sosial Facebook Star radio?

Jawab

Kalo dibicarakan sesuai urutanya, facebook termasuk sosial media Star yang terbawah karena kita mengalami persoalan baru di facebook, facebook kita sedang ada problem teknis jadi belakangan ini belum ada uploadan yang baru. Tadinya kita ada program baru yang mau diangkat namanya “retro hitz” itu tampilan program musik lama dari tahun 1986-1995. Kita angkat lagu tahun itu lalu kita kasih informasinya. Misalkan lagu Dewa-19 yang judulnya Siti Nurbaya. Dia kan mulai di publish pada tahun 1995. Kita informasikan biografinya. Nah dari situ kita kupas profile lagu itu, sejarah lagu itu, pertama kali muncul, vokalisnya siapa, seperti itu.

DOKUMENTASI WAWANCARA

