

**STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM SASISOMA
(SANA-SINI SOAL AGAMA) DI RADIO GERONIMO 106.1
FM**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

Disusun Oleh:

Saptian Putri

NIM: 12210014

Pembimbing:

Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.

NIP. 19661226 199203 2 002

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
2019**

ABSTRAK

SAPTIAN PUTRI. Strategi Kreatif dalam Program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) di Radio Geronimo 106.1 FM, Skripsi: Yogyakarta, 2019.

Keberadaan radio hingga kini masih digemari oleh masyarakat. Karena kelebihanannya yang cepat dan mudah diakses, bahkan memiliki daya tarik yang kuat, sekaligus kebutuhan akan informasi agama melalui media radio, banyak radio di Yogyakarta membuat program khusus agama, baik ceramah ataupun talkshow. Peneliti memilih Radio Geronimo sebagai subjek penelitian, dengan fokus penelitian tentang upaya yang dilakukan kru Radio Geronimo untuk menciptakan dan mempertahankan program Sasisoma.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi kreatif yang dilakukan Radio Geronimo dalam program Sasisoma. Peneliti menggunakan analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data yang diperoleh berasal dari fakta di lapangan menggunakan metode wawancara, dokumentasi dan observasi. Penulis menggunakan teori strategi kreatif milik Susan Tyler Eastman.

Dari rumusan masalah didapat jawaban bahwa Radio Geronimo FM melakukan strategi kreatif untuk mempertahankan pendengar melalui strategi kesesuaian, strategi pembentuk kebiasaan, strategi penyimpanan sumber-sumber siaran, strategi daya penarik massa, dan strategi kontrol arus pendengar. Dari kelima strategi tersebut, strategi penyimpanan sumber-sumber program menjadi strategi yang paling banyak digunakan dalam program Sasisoma, yaitu dengan menggaet produser dan penyiar yang berkompeten membawakan talkshow agama, narasumber dengan pembawaan sesuai segmentasi Radio Geronimo dan materi program yang diangkat dalam program tersebut.

Kata Kunci: Strategi Kreatif, Radio, Geronimo, Sasisoma.

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Saptian Putri
NIM : 12210014
jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
fakultas : Dakwah dan Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul "Strategi Kreatif dalam Program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) di Radio Geronimo 106.1 FM" adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penulis ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar adanya, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 22 Agustus 2019

Yang Menyatakan,



SURAT PERNYATAAN MENGGUNAKAN JILBAB

Yang bertanda tangan di bawah ini:

nama : Saptian Putri
tempat, tanggal lahir : Bantul, 06 Agustus 1993
NIM : 12210014
program studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
alamat : Wonokromo II Pleret, Bantul, Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa pas photo yang disertakan pada ijazah saya memakai jilbab/kerudung adalah atas kemauan saya sendiri dan segala konsekuensi/risiko yang dapat timbul di hari kemudian adalah tanggung jawab saya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam mengikuti ujian Tugas Akhir pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dan agar yang berkepentingan maklum.

Yogyakarta, 22 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Saptian Putri



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta 55281 Telp. (0274) 515856

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:
Yth. Dekan Fakultas Dakwah & Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi, serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

nama : Saptian Putri
NIM : 12210014
judul skripsi : "Strategi Kreatif dalam Program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) di Radio Geronimo 106,1 FM"

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata Satu dalam bidang ilmu sosial islam.


Dengan ini, kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.,

Mengetahui,
Ketua Program Studi KPI,


Dr. Musthofa, M.Si
NIP. 19710328199703 2 001

Yogyakarta, 22 Agustus 2019
Pembimbing,


Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si
NIP. 19661226 199203 2 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-686/Un.02/DD/PP.00.9/08/2019

Tugas Akhir dengan judul : STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM SASIOMA
(SANA - SINI SOAL AGAMA DI RADIO GERONIMO 106.1 FM)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : SAPTIAN PUTRI
Nomor Induk Mahasiswa : 12210014
Telah diujikan pada : Rabu, 28 Agustus 2019
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Dra. Anisah Indriati, M.Si
NIP. 19661226 199203 2 602

Penguji I

Penguji II

Alimatul Qibtiyah, S.Ag., M.Si., Ph.D.
NIP. 19710919 199603 2 001

Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si
NIP. 19640923 199203 2 001

Yogyakarta, 28 Agustus 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan



Hj. Nurannah, M.Si
NIP. 19600310 198703 2 001

MOTTO

*“Demikianlah, Allah menerangkan kepadamu ayat-ayat-Nya,
agar kamu berpikir”
(QS. Al Baqarah :219)*



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

Bapak dan Ibu

Yang telah mencurahkan dan memberikan segalanya, baik materi
maupun non materi.

Terutama nama yang tak pernah lupa terselip dalam setiap doa.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM SASISOMA (SANA-SINI SOAL AGAMA) DI RADIO GERONIMO 106.1 FM sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Komunikasi Islam di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Sholawat dan salam semoga selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW.

Dalam kesempatan ini saya juga ingin berterimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Bapak Prof. Dr. KH. Yudian Wahyudi, M.A. Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Ibu Dr. Hj. Nurjannah, M.Si.
3. Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Bapak Dr. Musthofa S.Ag. M.Si.
4. Ibu Alimatul Qibtiyah, S.Ag. M.Si. MA. Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.
5. Ibu Dra. Hj. Anisah Indriati M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas segala bimbingan dan motivasinya selama penulis menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
7. Orang tua tercinta saya, Bapak Jazuli dan Ibu Sariyah dan kedua kakak saya, Setia Utami dan Emi Rohana.
8. Mbak Ella Arlika dan seluruh staff karyawan & kru Radio Geronimo 106.1 FM Yogyakarta.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, maka dengan lapang saya menerima saran maupun kritik yang membangun.

Yogyakarta, 22 Agustus 2019

Peneliti,

SaptianPutri

NIM: 12210014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN MENGGUNAKAN JILBAB.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Telaah Pustaka	7
F. Kerangka Teori.....	9
G. Metode Penelitian.....	23
H. Sistematika Pembahasan	30
BAB II GAMBARAN UMUM	32
A. Radio Geronimo FM	32

1. Sejarah Radio Geronimo FM	32
2. Visi dan Misi Radio Geronimo FM	36
3. Lokasi Radio Geronimo FM	37
4. Logo Radio Geronimo FM.....	37
5. Target Siaran Radio Geronimo FM.....	37
6. Radio Rate	38
7. Geronimo Event Management	40
8. Daftar Program dan Penyiar Radio Geronimo ...	42
B. Program Sasisoma Radio Geronimo FM	44
1. Profil Program Sasisoma.....	44
2. Konsep Program Sasisoma.....	46
BAB III STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM SASISOMA (SANA-SINI SOAL AGAMA) DI RADIO GERONIMO 106.1 FM YOGYAKARTA	47
A. Strategi Kesesuaian (Compability).....	47
B. Strategi Pembentuk Kebiasaan (Habit Formation) ..	53
C. Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program (Conservation of Program Resources)	56
D. Strategi Daya Penarik Masa (Mass Appeal)	84
E. Strategi Kontrol Arus (Control of Audience Flow) .	87
BAB IV PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tipologi Pendengar Radio	22
Tabel 2. Tarif Iklan Radio Geronimo FM.....	38
Tabel 3. Daftar Penyiar Radio Geronimo FM.....	42
Tabel 4. Hot Clock Program Sasisoma	55
Tabel 5. Tema Program Sasisoma Bulan Juni	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Daftar Urutan Jumlah Pendengar	4
Gambar 2. Logo Radio Geronimo.....	37



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, teknologi juga makin memberikan kontribusi bagi masyarakat. Kemudahan akses dan penerimaan bagi penggunaannya memungkinkan masyarakat untuk mengetahui informasi di media dengan cepat dan *up to date*. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mampu melahirkan berbagai media dalam mempermudah mendapatkan informasi.

Kini media menempati ruang yang cukup besar di masyarakat karena sifatnya yang lebih praktis, salah satunya adalah radio. Di Indonesia, radio masih menjadi alternatif media yang digemari pendengarnya. Dengan karakteristik auditif karena bisa didengar sambil beraktivitas, radio memungkinkan pendengar untuk bisa menikmati siaran dengan santai dan tidak menyita banyak waktu. Tak sedikit pula yang menjadikan radio sebagai “teman” melewati kegiatan sehari-hari. Selain itu, radio menjadi sumber informasi maupun hiburan.

Selain mudah diakses masyarakat luas, radio siaran mampu menciptakan suasana tertentu dan audience dapat duduk dengan santai tanpa kesengajaan untuk menikmatinya.¹

¹ Wawan Kusnadi, *Komunikasi Massa : Sebuah Analisis Media Televisi* (Jakarta: PT Rineka Cipto, 1996), hlm. Pengantar oleh Drs. Rusdi Muchtar, MA.

Radio dianggap memiliki kekuasaan hebat karena tiga faktor, yaitu : *pertama*, untuk mencapai sasaran yaitu pendengarnya, suatu siaran radio tidaklah melalui proses yang kompleks. *Kedua*, radio siaran tidak mengenal jarak dan waktu. Begitu suatu pesan disampaikan oleh seorang penyiar, pada saat itu juga dapat diterima oleh khalayak. Bagaimana jauhnya sasaran yang dituju, radio dapat mencapainya. *Ketiga*, radio memiliki daya tarik yang kuat, karena memiliki unsur yang kuat yakni musik, kata-kata, dan efek suara.² Radio dapat dinikmati pendengar sambil melakukan aktivitas-aktivitas lainnya. Radio dapat menjangkau daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh media cetak. Pendengar radio dapat dijangkau dalam seketika, dan pesan-pesan yang disampaikan lewat radio menimbulkan efek imajinasi yang besar.³

Karena sifatnya yang non-visual, dibutuhkan kemampuan penyiar untuk bisa mentransfer dan menyampaikan materi yang ia baca hanya dengan kata-kata agar pendengar mampu memahaminya. Inilah yang menjadi kelemahan beberapa stasiun radio khususnya dalam manajemen program religi. Dengan segmentasi yang universal, terkadang beberapa kalangan tertentu tidak bisa mencerna ataupun merasa tidak tertarik dengan program

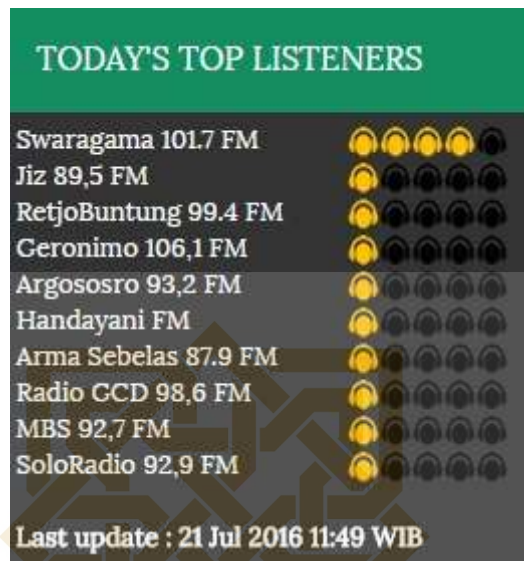
²Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1986), hlm. 107.

³Morrisan, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 184.

tersebut dan memilih acara lain. Suatu lembaga penyiaran harus memiliki strategi agar program yang dimiliki tetap berjalan dan menarik bagi pendengar. Kreatifitas dalam menyusun strategi sangat mempengaruhi dan menentukan suatu program akan banyak diminati atau tidak oleh pasar.

Di Yogyakarta sendiri banyak berdiri stasiun radio dengan segmentasi pendengar yang berbeda, mulai dari anak muda, *mature*, hingga keluarga (anak, remaja, orang tua). Program yang dibawakan tentu akan menyesuaikan format dan segmentasi dari radio masing-masing. Salah satunya jenis program yang hampir ada di setiap radio adalah acara agama, baik berbentuk ceramah maupun talkshow. Talkshow adalah suatu acara yang menghadirkan narasumber untuk membahas suatu topik. Dalam hal ini penulis memilih radio Geronimo sebagai subyek penelitian dan akan meneliti program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama).

Gambar 1. Daftar Urutan Jumlah Pendengar via Jogjastreamers



Sumber: www.jogjastreamers.com, diakses 21 Juli 2016.

Menurut situs *jogjastreamers.com* Geronimo FM selalu menempati posisi lima (5) besar radio yang sering didengarkan di aplikasi tersebut (update terlampir). Hal ini menunjukkan potensi Geronimo FM sebagai radio dengan pendengar yang digemari oleh masyarakat tidak hanya di Yogyakarta namun juga di luar Yogyakarta karena jangkauan *streaming* bisa diakses di seluruh Indonesia.

Geronimo FM sebagai salah satu radio swasta di Yogyakarta dengan target pendengar adalah anak muda yang banyak digemari khususnya kalangan remaja. Dengan segmentasinya pendengar usia 15-25 tahun, Geronimo FM sangat strategis dalam menyusun program yang menyasar pendengarnya. Tentunya dalam melaksanakan program-

programnya, radio ini memiliki perencanaan yang matang sehingga Kanca Muda Jogja (sebutan pendengar Geronimo FM) akan terus mendengarkan siarannya.⁴

Untuk menghasilkan suatu program yang bagus dan bisa dinikmati pendengar, stasiun radio harus memperhatikan setiap detil produksi baik mulai praproduksi, produksi hingga pascaproduksi. Selain itu stasiun radio harus memiliki strategi kreatif untuk terus bisa meraih dan mempertahankan pendengarnya, karena program yang monoton tidak akan menarik bagi pendengar. Salah satu program mingguan yang hingga kini masih diunggulkan di Geronimo adalah Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) yang mengudara setiap hari Jumat pukul 16.00-17.00 WIB dan setiap hari pukul 16.30-17.30 (menjelang waktu berbuka) saat Ramadhan. Program ini merupakan talkshow agama, dengan menghadirkan narasumber (ustadz) untuk membahas satu tema keagamaan dikemas dengan versi kekinian tanpa menghilangkan esensi materi dan mudah dicerna oleh anak muda, dipandu oleh penyiar. Sasisoma sangat lekat dengan Ella Arlika sang penyiar dan Ustadz Djatmiko sebagai narasumber. Mengingat target pendengar radio ini adalah anak muda, pembawaan maupun konsep dari acara ini pun disesuaikan. Dengan keunikan ini Sasisoma menjadi program talkshow agama yang populer di kalangan anak muda dibanding program

⁴ Geronimo, "Profil Radio Geronimo", <http://www.geronimo.fm/about-us>, diakses 21 Juli 2016.

serupa di beberapa radio anak muda lainnya, seperti Radio Q FM, Radio RRI Pro 2, Radio Istakalisa, I Radio dan Radio Unisi.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut:

Bagaimana strategi kreatif dalam program Sasisoma di radio Geronimo 106.1 FM Yogyakarta.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah:

Mengetahui strategi kreatif dalam program Sasisoma di radio Geronimo 106.1 FM Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, baik mahasiswa, masyarakat dan lembaga atau stasiun penyiaran dalam hal ini Radio Geronimo.

1. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan dan memberi kontribusi dalam perkembangan keilmuan di bidang komunikasi media massa dan menjadi rujukan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

2. Bagi Masyarakat

Penulis berharap semoga masyarakat mengetahui bahwa untuk menciptakan suatu program radio,

khususnya program talkshow agama membutuhkan strategi kreatif, guna mempertahankan dan bersaing dengan program serupa di radio lain.

3. Bagi Radio Geronimo

Menjadi bahan masukan atau evaluasi terkait strategi kreatif maupun produksi program Sasisoma.

E. Telaah Pustaka

Kajian tentang produksi siaran radio memang bukan yang pertama dilakukan oleh para peneliti, terutama penelitian skripsi. Sejauh penelusuran yang dilakukan, penulis menjumpai beberapa penelitian yang memiliki titik fokus dengan judul yang diangkat dalam penelitian skripsi ini, berikut beberapa *literature* yang menjadi acuan pustaka sebagai komparasi akan keotentikan penelitian ini, yakni:

1. Strategi Radio Unisi untuk Menarik Partisipasi Pendengar di Bulan Ramadhan 1431 H (Studi Kasus dalam Acara Talkshow Bedug Ramadhan Oi) oleh Agus Ahmad Hariyadi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga angkatan tahun 2012. Skripsi ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang membahas bagaimana upaya yang dilakukan radio Unisi dalam rangka meraih pendengar. Agus Ahmad Hariyadi mengungkapkan bahwa Radio Unisi melakukan

perencanaan yang matang sebelum membuat program dan usaha mempertahankan acara dengan baik.⁵

2. Strategi Radio Prambors dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss Sama Nataya di Prambors Yogyakarta oleh Ardiansyah Nasution, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UIN Sunan Kalijaga angkatan tahun 2010. Skripsi ini menelaah tentang upaya radio Prambors dalam mempertahankan pendengar menggunakan analisis data kualitatif dengan konsep Miles and Huberman dan Spradley. Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa Radio Prambors telah melakukan beberapa proses kreatif sesuai teori yang digunakan.⁶
3. Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program Di Stasiun Adi TV oleh Canggih Bakti Pratiwi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan tahun 2013. Penelitian ini menggunakan 13 elemen strategi kreatif Naratama yaitu target penonton, bahasa naskah, format

⁵Agus Ahmad Hariydi, “Strategi Radio Unisi untuk Menarik Partisipasi Pendengar di Bulan Ramadhan 1431 H (Studi Kasus dalam Acara Talkshow Bedug Ramadhan Oi)”, (Yogyakarta: Skripsi Program Studi KPI, UIN Sunan Kalijaga, 2012)

⁶Ardiansyah Nasution, *Strategi Radio Prambors dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss Sama Nataya di Prambors Yogyakarta*”, (Yogyakarta: Skripsi Program Studi KPI, UIN Sunan Kalijaga, 2012)

acara, *punching line*, *gimmick funfare*, *clip hanger*, *tune and bumper*, penataan artistik, *music and fashion*, ritme dan birama, logo dan *music track*, *general rehearsal*, dan *interactive program*. Analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa produser program Mamah & AA Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar melakukan strategi kreatif menurut Naratama dengan hati-hati dan tidak asal-asalan untuk mempertahankan eksistensi program tersebut.⁷

Secara umum terdapat keterkaitan antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu. Strategi kreatif lembaga siaran menjadi obyek utama dalam penelitian ini, tetapi peneliti fokus pada satu acara yaitu Sasisoma di stasiun radio Geronimo FM yang membuat beda dari ketiga penelitian di atas.

F. Kerangka Teori

Untuk menemukan jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan di atas, perlu dikaji teori yang relevan, yaitu:

1. Tinjauan tentang Strategi Kreatif

⁷Canggih Bekti Pertiwi, *Strategi Kreatif Produser Program Tamu Istimewa dalam Mempertahankan Eksistensi Program Di Stasiun Adi TV*, (Yogyakarta: Skripsi Program Studi KPI, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)

Strategi adalah berupa akal (tipu muslihat) untuk mencapai sesuatu maksud.⁸ Strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata “program” dalam definisi tersebut menyangkut suatu perana aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh manajer dalam perumusan strategi organisasi. Strategi memberikan pengarahan terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi, dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan.

Strategi dapat juga didefinisikan sebagai pola tanggapan organisasi terhadap lingkungannya sepanjang waktu. Definisi ini mengandung arti bahwa setiap organisasi selalu mempunyai strategi walaupun tidak pernah secara eksplisit dirumuskan. Strategi menghubungkan sumber daya manusia dan berbagai sumber daya lainnya dengan tantangan dan risiko yang harus dihadapi dari lingkungan di luar perusahaan.⁹

Dalam penelitian ini strategi yang dimaksud adalah upaya stasiun radio dalam menyusun program secara sistematis dan terencana untuk menarik pendengar.

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, kreatif adalah memiliki daya cipta; memiliki kemampuan untuk

⁸Purwadarminta, W.J.S, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1982), hlm. 965.

⁹ Morris, *Op.cit.*, hlm. 136.

berkreasi.¹⁰Sedangkan menurut Robert Olson, kreativitas merupakan kemampuan untuk mencipta/berkreasi.¹¹Pada saat akan membuat (to create) sesuatu, ada beberapa aspek penting yang menyertainya. Pertama, dia mampu menemukan ide untuk membuat sesuatu. Kedua, dia mampu menemukan bahan yang akan digunakan dalam membuat produk tersebut. Ketiga, dia mampu melaksanakannya, dan terakhir mampu menghasilkan sesuatu.¹²

Untuk menghasilkan suatu program yang menarik, biasanya setiap stasiun atau lembaga penyiaran memiliki sumber daya manusia yang bertanggung jawab atas terciptanya ide-ide kreatif, karena penyajian program radio dituntut untuk bisa mengikuti perkembangan jaman. Sedangkan penyiaran merupakan suatu kegiatan penyelenggaraan siaran radio dan televisi, yang diselenggarakan oleh organisasi penyiaran radio dan televisi. Output dari organisasi penyiaran adalah siaran.Siaran ini berupa siaran radio maupun siaran televisi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang

¹⁰Badudu dan Sutan Mohammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994), hlm. 723.

¹¹Robert W. Olson, *Seni Berpikir Kreatif*, (Jakarta: Erlangga, 1996), hlm. 11.

¹²Momon Sudarma, *Mengembangkan Keterampilan Berpikir Kreatif*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2013), hlm. 9.

dapat menerima siaran radio maupun televisi. Medium radio dan televisi merupakan sarana komunikasi massa yang kemunculannya terjadi sebagai akibat dari revolusi di bidang elektronika.¹³

Menurut Susan Tyler Eastman, strategi yang dilakukan stasiun radio dalam memaksimalkan kegiatan siarannya sehingga memungkinkan pendengar untuk berpartisipasi dalam program tersebut, diantaranya adalah:¹⁴

a. Strategi Kesesuaian (Compability)

Strategi kesesuaian merujuk pada siklus harian pendengar, seperti kebiasaan yang dilakukan dari pagi hingga malam. Program acara yang dibuat oleh stasiun radio atau televisi kompatibel dengan kegiatan sehari-hari. Dengan memperhatikan kebutuhan audiens lewat aktivitas di jam-jam tertentu, mempermudah tim dalam menyusun suatu acara. Penjadwalan ini menjadi sangat penting, karena jika program sudah disusun dengan sedemikian rupa namun salah dalam memilih waktu penyiaran, maka program tidak akan berjalan dengan baik.

¹³Tommy Suprpto, *Berkarier di Bidang Broadcasting*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2006), hlm. 5.

¹⁴Susan Tyler Eastman dan Douglas A. Ferguson, *Media Programming : Strategies & Practices Eighth Edition* (Amerika: Thomson Wadsworth, 2009), hlm. 13.

b. Strategi Pembentukan Kebiasaan (Habit Formation)

Melalui penjadwalan, maka bisa dibentuk kebiasaan mendengarkan yang akan tetap menjaga pendengar *keep in touch* dan *tuned in* di program tersebut. Ada keinginan pendengar untuk selalu bergabung dalam program agar tidak ketinggalan informasi. Ketertarikan tersebut berasal dari kebutuhan masing-masing pendengar. Penjadwalan dilakukan secara konsisten dalam jangka waktu tertentu untuk membentuk kebiasaan pendengar. Hal ini juga akan berdampak pada pemasangan iklan.

Penjadwalan dilakukan dengan pembuatan adlibs dan rundown.

c. Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program (Conservation of Program Resources)

Suatu program tidak akan berjalan baik tanpa sumber daya yang baik pula. Maka pemilihan penyiar, materi siaran, lagu, iklan, hingga narasumber menjadi poin penting agar tercipta kesatuan yang maksimal.

Dalam beberapa kasus, terkadang suatu siaran akan kembali digunakan sebagai sumber data maupun referensi, maka untuk menjaga data tersebut biasanya siaran akan direkam otomatis dan tersimpan dalam

sistem untuk digunakan sebagai penunjang informasi yang dikemas berbeda.

d. Strategi Daya Penarik Massa (Mass Appeal)

Semakin banyak pendengar yang bergabung dalam program tersebut menjadi keuntungan bagi radio itu sendiri. Untuk itu dibutuhkan pengemasan yang menarik sesuai kebutuhan pendengar. Ada beberapa hal yang menjadi *concern* suatu stasiun radio ketika menyusun acara, yakni kebutuhan pendengar maupun konten itu sendiri.

e. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control of Audience Flow)

Pengontrolan arus pendengar ini dilakukan guna memaksimalkan jumlah audiens yang *tuned in* dari program satu ke yang lainnya dan meminimalisir audiens meninggalkan saluran dan memilih acara di stasiun lain. Untuk itu harus ada ciri khas program tersebut yang beda dari acara serupa di radio lain. Pengontrolan program dilakukan melalui evaluasi dan pengawasan dari pihak internal melihat pada realita yang ada di lapangan (jalannya program).

2. Program Acara Talkshow

Kata “program” berasal dari bahasa Inggris *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia

menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiensnya.

Program atau acara yang disajikan adalah faktor yang membuat audiens tertarik untuk mengikuti siaran yang dipancarkan stasiun penyiaran. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang (*goods*) atau pelayanan (*services*) yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini audiens dan pemasang iklan.¹⁵

Sedangkan *talkshow* didefinisikan sebagai keterampilan menyajikan perbincangan bertopik serius. Konsep talkshow adalah (1) topik yang dipilih aktual, sedang menjadi sorotan; (2) bersifat analisis, tidak sekedar deskripsi kasus; (3) terjadi interaksi seimbang di antara narasumber, tidak dimonopoli satu orang atau satu sudut pandang; (4) terjadi kontroversi, perdebatan pro-kontra; (5) ada solusi terbuka di akhir perbincangan.

Komponen yang harus selalu ada dalam program talkshow adalah topik (dirumuskan dalam bentuk pertanyaan); narasumber (sebaiknya lebih dari satu orang); pemandu (sebagai pengelola dinamika, dibantu oleh operator); musik dan lagu (sebagai selingan dan backsound), suara suasana lokasi *talkshow* (jika diadakan

¹⁵Morissan, *Op.cit.*, hlm. 199.

di luar studio sertakan atmosfer pada saat, sebelum, dan sesudah *talkshow*). Acara talkshow bisa disiarkan secara live (langsung dan ada interaksinya), bisa pula secara tunda (direkam terlebih dulu baru kemudian disiarkan).

Perencanaan produksi talkshow meliputi : (1) menentukan target pendengar yang dituju agar mengetahui apa yang mereka butuhkan; (2) menentukan topik dan narasumber; (3) menentukan pemandu, dengan kriteria berfigur toleran, terbuka, bersuara tajam, dan intelek; (4) menyiapkan lokasi dan peralatan *on air* terutama jika berupa siaran langsung dari lapangan.¹⁶

Talkshow dewasa ini merupakan program primadona. Sebab, bisa disiarkan secara langsung/interaktif dan atraktif. Ditambah lagi dengan sifatnya yang menghibur (*entertainment*). *Entertainment* sendiri bukan sekedar berarti menghibur, melainkan hidup dan dinamis. Oleh karena itu peran pemandu/moderator sangat menentukan sukses-tidaknya acara ini.

Metode talkshow menurut Klaus Kustan, instruktur radio dari Munchen Jerman adalah HARLEY, yaitu Harmony, Actual, Responsible, Leading, Entertainment dan Yield. Istilah tersebut dikenal dengan talkshow skill, berupa kemampuan pemandu dalam melakukan beberapa tindakan yang meliputi (1)

¹⁶Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2004), hlm. 80.

mengambil keputusan (2) menyusun topik dan pertanyaan dengan cepat (3) memotong pembicaraan narasumber yang melenceng (4) kemampuan melakukan kompromi dan meyakinkan narasumber dan (5) memadukan kemasan program secara interaktif.

Talkshow dapat dimasukkan ke dalam kategori program spesial atau program wawancara sebagai acara. Bahkan ada yang menyebut setiap siaran kata adalah talkshow, karena mengacu pada arti katanya sendiri yaitu *talk* (obrolan) dan *show* (gelaran).

Persiapan yang harus dilakukan sebelum menyelenggarakan talkshow adalah:¹⁷

- a. Menentukan topik dan tujuan.
- b. Narasumber dianjurkan lebih dari satu orang. Hadirnya dua orang narasumber yang saling berbeda sikap atau pendapat, bukan saja untuk memenuhi prinsip keberimbangan tetapi juga menciptakan harmoni sekaligus kontriversi, sehingga talkshow menjadi hidup.
- c. Menentukan lokasi, kemasan acara, dan durasi penyiaran.

Tiga bentuk program perbincangan yang banyak digunakan stasiun radio adalah:¹⁸

¹⁷Masduki, *Jurnalistik Radio : Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, (Yogyakarta: LkiS, 2001), hlm. 44.

¹⁸Masduki, *Op.cit.*, hlm. 80.

1. *One-on-one-show*, yaitu bentuk perbincangan saat penyiar dan narasumber mendiskusikan suatu topik dengan dua posisi mikrofon terpisah di ruang studio yang sama.
2. *Panel discussion*, yaitu pewawancara sebagai moderator hadir bersama sejumlah narasumber.
3. *Call in show*, program perbincangan yang hanya melibatkan telepon dari pendengar. Topik ditentukan terlebih dahulu oleh penyiar di studio, diberikan contoh berdasarkan pengalaman penyiar, kemudian pendengar diminta untuk memberikan respons berdasarkan pengalaman masing-masing . Tidak semua respons layak disiarkan sehingga perlu adanya seleksi dari pihak stasiun radio.

3. Tinjauan Radio

a. Pengertian Radio

Yang dimaksud radio adalah suatu teknologi yang dipakai untuk pengiriman sinyal, yaitu dengan menggunakan cara modulasi dan cara radiasi gelombang elektromagnetik.¹⁹ Menurut Max Well yang dijuluki Father of Wireless radio merupakan gelombang magnetis yang dapat mengurangi ruang

¹⁹Definisi atau Pengertian Radio dan Gelombang Radio,
<http://www.pengertianku.net/2014/10/definisi-atau-pengertian-radio-dan-gelombang-radio.html> (diakses tanggal 19 Juli 2016)

angkasa secara gelombang dan kecepatan cahaya, yaitu 186.000 mil perdetik.²⁰

Broadcasting radio memiliki sifat “auditorik” yaitu makanan telinga, (*Theater of Mind*) oleh sebab itu radio tanpa suara tentunya tidak mempunyai fungsi lagi, selain hanya merupakan sebuah kotak seperti benda mati lainnya. Radio merupakan sebuah kotak ajaib yang dapat mengeluarkan suara dan berita serta dapat menghibur manusia dengan sejumlah acaranya.²¹

Menurut R. Franklin Smith, ada lima kriteria stasiun penyiaran yang modern:²²

1. Siaran radio ditransmisikan dengan teknologi tanpa kabel.
2. Interaksi siaran radio berlangsung melalui komunikasi telepon.
3. Program radio ditujukan untuk publik.
4. Program radio berlangsung secara konsisten dan berkesinambungan.
5. Radio memiliki ijin yang dikeluarkan oleh pemerintah atau lembaga independen atas nama publik; di Amerika Serikat diwakili oleh Federal

²⁰ Onong Uchjana Effendy, *Radio Siaran & Praktik*, (Bandung: Alumni, 1990), hlm. 21.

²¹ Eva Arifin, *Broadcasting: to be Broadcaster*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm. 139.

²² Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, (Yogyakarta: Pustaka Populer LKis, 2004), hlm.12.

Communication Commission (FCC) dan di Indonesia oleh Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).

b. Tipologi Pendengar Radio²³

Menurut perspektif ekonomi, pendengar adalah konsumen produk siaran. Mereka mengonsumsi sebuah produk siaran berdasarkan ketersediaan waktu dan akses yang mudah terhadap pesawat penerima siaran radio. Pendengar akan mampu mengembangkan imajinasinya karena dua hal, yaitu (1) referensi pengalaman yang mereka miliki terhadap suatu materi siaran, (2) referensi pikiran, kedekatan, dan ketajaman pikiran terhadap sebuah masalah yang sedang disiarkan. Kedua hal ini juga mutlak dimiliki seorang penyiar sebab ia harus menjadi “mata hati dan juru bicara pendengar” yang satu terhadap pendengar yang lain secara personal dan akrab. Kemampuan memberikan gambaran dari tuturan kalimat yang diucapkan penyiar akan membantu pendengar agar tetap menyimak sebuah acara.

Menurut kelas sosialnya, pendengar dapat dibagi dua dengan karakteristik yang masing-masing berbeda. *Pertama*, kelas menengah ke atas. Mereka memiliki pandangan jauh ke depan, cakrawala pikiran yang luas, melihat diri terkait erat dengan peristiwa

²³Masduki, *Op.cit.*, hlm. 199.

atau orang lain, berciri kota urban, berpikir rasional, percaya diri, mau mengambil resiko, dan selera pilihannya beragam. *Kedua*, kelas menengah ke bawah. Kelompok ini memiliki pandangan terhadap hari ini dan kemarin terbatas, cakrawala pikiran sempit, dunia seakan mengelilingi dirinya sendiri, berciri pedesaan rural, cara berpikirnya konkret dan nonrasional (mistis dan sejenisnya), lebih terikat pada keamanan fisik, dan selera pilihannya terbatas.

Ada enam macam perilaku pendengar. Pertama, rentang konsentrasi dengarnya pendek karena menyimak radio sambil mengerjakan berbagai kegiatan lain. Kedua, perhatiannya dapat cepat teralih oleh orang atau peristiwa di sekitarnya karena baginya radio merupakan “teman santai”. Ketiga, tak bisa menyerap informasi banyak dalam sekali dengar karena daya ingat yang terbatas akibat dari aktivitas pendengaran yang selintas. Keempat, lebih tertarik pada hal-hal yang mempengaruhi kehidupan secara langsung, seperti tetangga atau teman. Kelima, secara mental dan literal (melek huruf) mudah mematikan radio. Keenam, umumnya pendengar tidak terdeteksi secara konstan sehingga kita tidak mengetahui apakah mereka pintar, heterogen, dan tidak fanatik.

Menurut skala partisipasi terhadap acara siaran, ada empat tipologi pendengar. Lihat tabel berikut:²⁴

Tipologi	Penjelasan
Pendengar spontan	Bersifat kebetulan. Tidak berencana mendengarkan siaran radio atau acara tertentu. Perhatian mudah beralih ke aktivitas lain.
Pendengar pasif	Suka mendengarkan siaran radio untuk mengisi waktu luang dan menghibur diri, menjadikan radio sebagai teman biasa.
Pendengar selektif	Mendengar siaran radio pada jam atau acara tertentu saja, fanatik pada sebuah acara atau penyiar tertentu, menyediakan waktu khusus untuk mendengarkannya.
Pendengar aktif	Secara reguler tak terbatas mendengarkan siaran radio, apa pun, dimana pun, dan aktif berinteraksi melalui telepon. Radio menjadi sahabat utama, tidak hanya pada waktu luang.

Tabel 1. Tipologi Pendengar Radio

²⁴ Masduki, *Op.cit.*, hlm.18.

Secara umum mata acara radio diperoleh dari 4 sumber yaitu:²⁵

1. Jaringan antarstasiun atau merelay dari stasiun penyiaran lain.
2. Rekaman dan atau menyewa dari rumah produksi.
3. Produksi sendiri.
4. Sindikasi program atau pertukaran program dengan pihak lain yang menjadi kongsinya.

G. Metode Penelitian

Menurut Arief Furchan, metode penelitian merupakan strategi umum yang dianut dalam pengumpulan dan analisis data yang diperlukan guna menjawab persoalan yang dihadapi.²⁶

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah metode yang mengedepankan proses melalui data berupa gambar, kata dan bukan angka.²⁷ Menurut Miles dan Huberman, pendekatan kualitatif berusaha mengungkap berbagai keunikan yang terdapat dalam individu, kelompok, masyarakat atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, rinci, dalam,

²⁵ Tommy Suprpto, *Op.cit.*, hlm. 15.

²⁶ Andi Prastowo, *Memahami Metode-metode Penelitian*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), hlm. 18.

²⁷ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008). hlm. 28.

dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Sedangkan menurut Bogdan dan Taylor, pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau suatu organisasi tertentu dalam setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.²⁸

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah di studio Radio Geronimo yaitu Jalan Gayam No. 24 Yogyakarta dan kafe Dixie Easy Dining sebagai lokasi *live*.

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan pelaku atau hal yang dikenai masalah, baik orang, benda ataupun suatu lembaga (organisasi) dimana data akan diperoleh.²⁹

Subjek dalam penelitian ini adalah lembaga penyiaran radio, yaitu Geronimo FM beserta kru yang terlibat dan memahami program Sasisoma (*front officer*, produser, penyiar dan narasumber/ustadz).

4. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah situasi sosial (*social situation*). Situasi sosial adalah terdiri dari tiga elemen,

²⁸*Ibid.*, hlm. 22.

²⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 102.

yaitu tempat (*place*), pelaku (*actors*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Pada situasi sosial ini peneliti dapat mengamati secara mendalam aktivitas (*activity*) dan orang-orang (*actors*) yang ada pada tempat (*place*) tertentu. Akan tetapi, sebenarnya objek penelitian juga bisa berupa peristiwa alam, tumbuhan, binatang, dan sejenisnya.³⁰

Objek dalam penelitian ini adalah upaya atau strategi kreatif dalam program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) untuk meraih pendengar program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) di radio Geronimo FM.

5. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung berkaitan dengan objek penelitian.³¹ Adapun data atau primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data yang diperoleh dengan wawancara. Informan tersebut terdiri atas produser sekaligus penyiar program Sasisoma, Ella Arlika. Data ini dimaksudkan untuk mencari penjelasan atau klarifikasi dari data primer dokumentasi.

³⁰ Andi Prastowo, *Memahami Metode-metode Penelitian*, (Yogyakarta, Ar-Ruzz Media, 2011), hlm. 29.

³¹ *Ibid.*, hlm. 31.

- 2) Data yang diperoleh berdasarkan observasi peneliti saat proses produksi program Sasisoma.
- 3) Data yang diperoleh dari dokumentasi program Sasisoma.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mendukung proyek penelitian, yang mendukung data primer, yang melengkapi data primer, atau ada pula yang menyebutnya dengan data derivatif.³²

Data sekunder diambil dari arsip, dokumen dan laporan yang mendukung penelitian ini.

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan salah satu tahapan yang sangat penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data yang benar akan menghasilkan data yang memiliki kredibilitas tinggi, dan sebaliknya.³³ Oleh karena itu, penulis melakukan pengumpulan data dengan metode berikut:

a. Wawancara

Wawancara dalam Bahasa Inggris disebut *interview*, yaitu dari kata *inter* (antara) dan *view* (pandangan). Makna ini menunjukkan terjadi saling

³²*Ibid.*, hlm. 32.

³³ Mudjia Rahardjo, “Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif”, <http://www.mudjirahardjo.com/component/content/336.html?task=view>, diakses tanggal 22 Juli 2016, pukul 15.23 WIB.

pandang/kontak antara pewawancara dan yang diwawancarai. Dalam komunikasi radio, wawancara tidak sekedar percakapan spontan, tetapi merupakan bentuk komunikasi yang (1) dipersiapkan, (2) dilaksanakan, dan (3) hasilnya digunakan untuk kegiatan berkomunikasi juga.³⁴ Definisi yang paling sering digunakan untuk menjelaskan arti wawancara adalah suatu bentuk komunikasi tutur yang melibatkan dua pihak, satu pihak di antaranya dirancang sebagai penyampai sesuatu untuk tujuan yang serius. Kedua belah pihak melakukan kegiatan bertutur, saling mendengarkan dari waktu ke waktu.

Adapun jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur dimana pewawancara menetapkan sendiri masalah dan pertanyaan yang akan diajukan, tetapi memungkinkan mengajukan pertanyaan secara bebas yang terkait dengan permasalahan.

Teknik ini digunakan untuk memperoleh keterangan terkait penelitian dengan pihak yang mendukung proses kreatif produksi program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) yaitu produser program, penyiar, dan narasumber (ustadz) untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

³⁴ Masduki, *Op.cit.*, 2006, hlm. 37.

b. Observasi

Ngalim Purwanto mengemukakan bahwa observasi adalah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.³⁵

Metode observasi yang akan dilakukan peneliti adalah metode observasi non partisipatif, dimana peneliti mengobservasi tanpa terlibat dalam kegiatan dalam hal ini pelaksanaan siaran program Sasisoma. Melalui metode ini diperlukan dalam penelitian karena peneliti bisa mengetahui proses produksi program Sasisoma secara keseluruhan dan mencatat apa yang bisa menjadi sumber informasi penelitian.

Teknik observasi dalam penelitian ini digunakan untuk meneliti strategi kreatif yang dilakukan oleh Radio Geronimo FM dalam program Sasisoma yaitu Strategi Kesesuaian (Compatibility), Strategi Pembentuk Kebiasaan (Habit Formation), Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program, Strategi Daya Penarik Masa (Mass Appeal), dan Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control of Audience Flow).

c. Dokumentasi

³⁵*Loc.cit.*

Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan.³⁶ Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data yang sudah tersedia dalam catatan dokumen. Fungsi data yang berasal dari dokumentasi lebih banyak digunakan sebagai data pendukung dan pelengkap bagi data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

Dokumentasi digunakan untuk melengkapi keperluan data penelitian di radio Geronimo FM.

7. Teknik Analisis Data

Metode yang dilakukan adalah metode deskriptif analitik, yaitu data yang diperoleh dianalisis dengan menguraikan, mengkategorikan, dan menyimpulkan dengan menyajikannya secara naratif.

Penulis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Adapun teknik analisis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknis analisis model interaktif milik Miles and Huberman yang mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung terus menerus sampai tuntas, hingga tidak

³⁶Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), hlm. 158.

diperoleh lagi data ataupun informasi baru, yang terdiri atas tiga tahapan, yaitu:

- a) Reduksi data (data reduction), adalah proses perumusan masalah/perhatian dan penyederhanaan, pengabstrakan data-data yang diperoleh dari lapangan.
- b) Penyajian data (data display), adalah sekumpulan informasi yang sudah diperoleh yang disajikan dalam bentuk grafik, narasi yang kemudian memungkinkan untuk ditarik kesimpulan.
- c) Penarikan kesimpulan (drawing and verifying conclusion), yaitu proses analisis untuk mengetahui arti, kejelasan, pola dari data-data yang sudah disajikan.

H. Sistematika Pembahasan

Agar lebih memudahkan penulis dalam penelitian ini, pembahasan akan terbagi menjadi empat bab yang setiap babnya terdapat sub-sub bab.

BAB I Pendahuluan, isi dari bab ini meliputi: Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Telaah Pustaka, Kerangka Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II berisi kajian tentang gambaran umum yang meliputi profil keseluruhan Radio Geronimo dan program Sasisoma.

BAB III menguraikan strategi kreatif yang dilakukan Radio Geronimo106.1 FM dalam program Sasisoma menilik 5 teori dari Susan Tyler Eastman yaitu Strategi Kesesuaian, Strategi Kebiasaan, Strategi Penyimpanan Sumber- sumber Program, Strategi Daya Penarik Masa, dan Strategi Pengontrolan Arus Pendengar.

BAB IV berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang sudah dilaksanakan di lapangan.



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan yang ada dalam bab-bab sebelumnya, penulis mengambil kesimpulan dari skripsi **Strategi Kreatif dalam Program Sasisoma (Sana-Sini Soal Agama) di Radio Geronimo 106.1 FM Yogyakarta**, Radio Geronimo FM melakukan beberapa strategi sesuai teori strategi Susan Tylor Eastman sebagai berikut:

1. Strategi Kesesuaian (Compatibility), yaitu melakukan penjadwalan. Penjadwalan dibuat untuk menyesuaikan kebutuhan pasar dalam hal ini Kanca Muda usia 15-25 tahun. Pemilihan waktu mengudara sore hari dipilih karena sore hari merupakan waktunya masyarakat secara umum telah santai dan mulai bebas dari rutinitas sehari-hari. Pemilihan jenis acara yaitu talkshow menjadi pertimbangan tersendiri karena lebih interaktif sehingga melibatkan pendengar untuk berpartisipasi dalam program tersebut.
2. Strategi Pembentuk Kebiasaan (Habit Formation) dengan membuat rundown. Rundown memudahkan pendengar untuk mengetahui alur atau jalan acara Sasisoma. Dengan demikian pendengar juga mudah untuk berpartisipasi dalam program Sasisoma.

3. Strategi Penyimpanan Sumber-sumber Program (Conservation of Program Resources). Hal ini dimaksudkan agar materi bisa digunakan lagi jika sewaktu-waktu diperlukan. Pemilihan materi yang menarik dan aktual akan membuat pendengar antusias terhadap perbincangan yang sedang berlangsung. Kapasitas sumber daya manusia juga harus diperhatikan karena merupakan otak dibalik sebuah program mampu berjalan dengan baik. Produser, penyiar dan *program director* harus memiliki ide-ide kreatif untuk terus mempertahankan program Sasisoma.
4. Strategi Daya Penarik Masa (Mass Appeal) merupakan strategi yang dilakukan untuk menciptakan program yang tidak membosankan, membuat alternatif agar pendengar tetap *stay tuned* dan menciptakan program talkshow yang beda dengan kebanyakan program serupa di radio lain yaitu dengan membuat kuis interaktif dan *insert*.
5. Strategi Pengontrolan Arus Pendengar (Control of Audience Flow). Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan dan meningkatkan jumlah Kanca Muda yang mendengarkan dan ikut bergabung dalam program Sasisoma dan mencegah pendengar beralih ke stasiun radio lain. Penentuan standar dan evaluasi

menjadi agenda penting agar suatu program tetap dalam tatanannya dan mudah dilakukan perbaikan jika memang dirasa perlu. Evaluasi program Sasisoma dilakukan berkala untuk mengetahui hal-hal yang harus diperbaiki. Evaluasi bisa menghasilkan kebijakan tertentu dari manajer tergantung hasil kinerja dari yang telah direncanakan.

6. Dari lima (5) strategi Susan Tyler Eastman, strategi penyimpanan sumber-sumber program menjadi strategi yang paling banyak digunakan dalam program Sasisoma (Sana-sini Soal Agama) di Radio Geronimo FM yaitu dengan menggaet produser dan penyiar yang berkompeten membawakan talkshow agama, narasumber dengan pembawaan sesuai segmentasi Radio Geronimo dan tema yang diangkat dalam program tersebut.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian dan observasi langsung di Radio Geronimo FM, penulis memiliki beberapa saran kepada Radio Geronimo FM dalam menyusun strategi kreatif program Sasisoma, antara lain sebagai berikut:

1. Untuk Sasisoma “Live From” non ramadhan bisa dilakukan sebulan sekali untuk lebih mendekatkan dengan Kanca Muda secara langsung, karena antusias

saat ramadhan sangat banyak sehingga pendengar tidak perlu menunggu momen puasa setahun sekali.

2. Khusus untuk Sasisoma Ramadhan, karena menghadirkan narasumber yang berbeda setiap harinya, maka perlu ada koordinasi lebih oleh produser ataupun penyiar agar tidak terjadi miskomunikasi yang menjadikan 2 narasumber datang di hari yang sama.
3. Untuk spot iklan, kalau bisa dibuat versi barunya agar pendengar yang baru mengenal radio ini tahu adanya program Sasisoma dan memungkinkan bertambahnya jumlah pendengar melalui iklan.
4. Pada Sasisoma Ramadhan, kualifikasi narasumber harus benar-benar dilihat, guna menghindari ketidakcocokan dengan gaya siaran dan konsep Sasisom.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Hariyadi Agus, *Strategi Radio Unisi untuk Menarik Partisipasi Pendengar di Bulan Ramadhan 1431 H (Studi Kasus dalam Acara Talkshow Bedug Ramadhan Oi)*, Skripsi, Yogyakarta, Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Arifin Eva, *Broadcasting: to be Broadcaster*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Asy'ari Hasan, *Jurnalistik Radio : Kiat Menulis Berita Radio*, Jakarta: Erlangga, 2012.
- Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008. Definisi atau Pengertian Radio dan Gelombang Radio, <http://www.pengertianku.net/2014/10/definisi-atau-pengertian-radio-dan-gelombang-radio.html> (diakses tanggal 19 Juli 2016)
- Geronimo, "Profil Radio Geronimo", <http://www.geronimo.fm/about-us>, diakses 21 Juli 2016.
- Geronimo, "Profil Radio Geronimo", <http://www.geronimo.fm/radiorate>, diakses 21 Juli 2016.
- Geronimo, "Profil Radio Geronimo", <http://www.geronimo.fm/schedules>, diakses 21 Juli 2016.
- Fitriah Inayatul, *Strategi Kreatif Produser dalam Mempertahankan Eksistensi Program Dakwah Mamah &*

AA Ber-Aksi di Stasiun Televisi Indosiar, Skripsi, Jakarta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, 2014.

Jogjastreamers, <http://www.jogjastreamers.com>, diakses 21 Juli 2016.

Masduki, *Menjadi Broadcaster Profesional*, Yogyakarta: LKiS Yogyakarta, 2004.

Masduki, *Jurnalistik Radio : Menata Profesionalisme Reporter dan Penyiar*, Yogyakarta: LKiS, 2001.

Morrison, *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio & Televisi*, Jakarta: Kencana, 2008. Uchjana Effendy Onong, *Dinamika Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1986.

Nasution Ardiansyah, *Strategi Radio Prambors dalam Upaya Mempertahankan Pendengar Siaran Putuss Sama Nataya di Prambors Yogyakarta*, Skripsi, Yogyakarta, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga, 2010.

Mudjia Rahardjo, “Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif”, <http://www.mudjirahardjo.com/component/content/336.html?task=view>, diakses tanggal 22 Juli 2016, pukul 15.23 WIB.

Prastowo Andi, *Memahami Metode-metode Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2011.

Suprpto Tommy, *Berkarier di Bidang Broadcasting*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2006.

Tyler Eastman Susan dan A. Ferguson Douglas, *Media Programming : Strategies & Practices Eighth Edition*, Amerika: Thomson Wadsworth, 2009.

W.J.S, Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Pusat Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Departemen Pendidikan dan Kebudayaan*, Jakarta: Balai Pustaka, 1982.



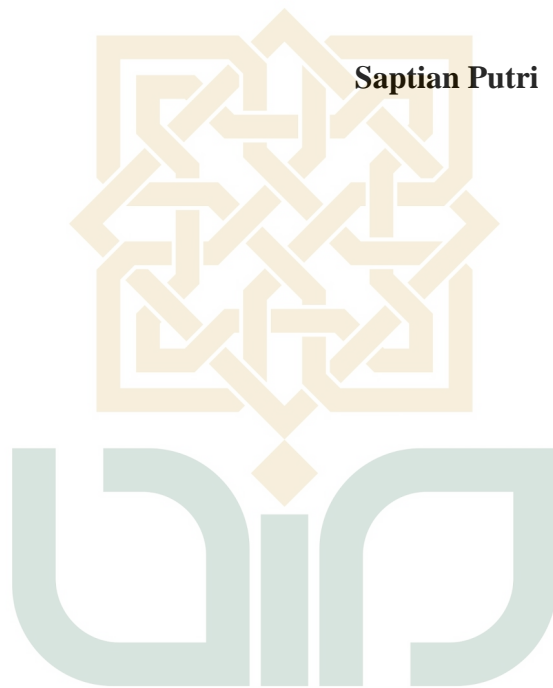
Interview Guide Radio Geronimo FM:

1. Bagaimana strategi kesesuaian pada program Sasisoma?
2. Bagaimana strategi pembentuk kebiasaan pada program Sasisoma?
3. Bagaimana strategi penyimpanan sumber program Sasisoma?
4. Sejauh mana peran penyiar dalam program Sasisoma?
5. Apa saja yang diperhatikan dalam memilih tema?
6. Apa saja pertimbangan dalam memilih narasumber?
7. Bagaimana strategi penarik masa pada program Sasisoma?
8. Bagaimana kontrol arus pendengar pada program Sasisoma?



2015 Volunteer Festival Musik Tembi (FMT)
2016 Volunteer Festival Melupakan Mantan
(FMM)

Yogyakarta, 23 Agustus 2019



UNIVERSITAS KHADIMATI

Kampus Terpadu Muhammadiyah



Saptian Putri
12210014
JURUSAN KOMUNIKASI DAN BAHASA ARAB
FAKULTAS DAKWAH



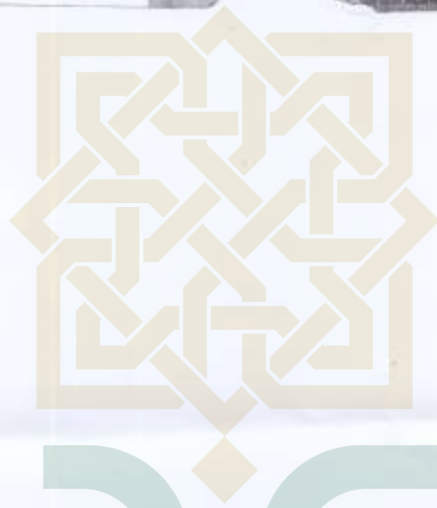
Visi

Unggul dan berkembang dalam pendidikan dan pengembangan studi, keislaman dan kearifan lokal masyarakat.

1. Sarana harus dibentengi pada saat ujian dan pengajaran fasilitas kuliah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Sarana harus dapat digunakan secara perancang kartu kuliah sebagai mahasiswa aktif pada semester terakhir.
3. Penerimaan Sarana ini harus mematuhi ketentuan dan persyaratan yang ditentukan oleh Universitas Negeri Islam Sunan Kalijaga Yogyakarta.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Dasar: 12210014 • 12210014 • 12210014



UIN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Fax. 0274-552230 Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.c.id

BUKTI SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Nomor: UIN.02/Kajur/PP.00.9/ /2016

Dengan ini, Jurusan/Program Studi KPI (Komunikasi dan Penyiaran Islam) menerangkan bahwa:

1. Nama : SAPTIAN PUTRI
2. NIM/Jurusan : 12210014/KPI
4. Judul Proposal : STRATEGI KREATIF DALAM PROGRAM SASISOMA (SANA - SINI SOAL AGAMA) DI RADIO GERONIMO 106.1 FM.

mahasiswa tersebut di atas telah melaksanakan seminar proposal pada hari Selasa, 19 April 2016; dan proposal tersebut telah diperbaiki serta siap untuk dilakukan penelitian.

Ketua Jurusan,


Khoirul Ummah, S.Ag., M.Si.
NIP 19710328 199703 2 001

Yogyakarta, 19 April 2016
Pembimbing,


Dra. Hj. Anisah Indriati, M.Si.
NIP 19661226 199203 2 002.

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

IJAZAH

SEKOLAH MENENGAH ATAS
PROGRAM : ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

TAHUN PELAJARAN 2011/2012



Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah Menengah Atas
Negeri 1 Jetis Bantul menerangkan bahwa:

nama : SAPTIAN PUTRI

tempat dan tanggal lahir : Bantul, 6 Agustus 1993

nama orang tua : Jazuli

nomor induk : 5221

nomor peserta : 3-12-04-02-026-095-2

LULUS

dari satuan pendidikan berdasarkan hasil Ujian Nasional dan Ujian Sekolah serta telah memenuhi seluruh kriteria sesuai dengan peraturan perundang-undangan.



Bantul, 26 Mei 2012
Kepala Sekolah,
A. Wiyono, M.Pd
NIP. 19530421 197803 1 002



No. DN-04 Ma 0003191



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto, Telp. 0274-515856, Fax. 0274-552230 Yogyakarta 55281, E-mail: fd@uin-suka.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR TOPIK SKRIPSI

Hari dan tanggal Seminar : Rabu, 22 Juni 2016
Pukul : 09.00 WIB
Tempat Seminar : Ruang Seminar Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

Susunan Tim Seminar

No.	Jabatan	Nama	Td. Tangan
1.	Ketua Sidang/ Pembimbing I	Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.	1.
2.	Pembimbing II	0	2.
3.	Pembahas	Saptian Putri	3.

Identitas Mahasiswa yang Seminar

1. Nama : DEWI MAESAROH
2. NIM/Jurusan : 12210066/KPI
3. Tanda Tangan :

4. Judul Proposal : PENGARUH INTENSITAS MENGIKUTI UKM KORDISKA TERHADAP KEMAMPUAN RETORIKA DAKWAH BADI ANGGOTA KORDISKA DI UIN SUNAN KALIJAGA.

Yogyakarta, 22 Juni 2016
Ketua Sidang/Pembimbing,

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
NIP 19680103 199503 1 001



LABORATORIUM AGAMA
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta Telp: 0274-515856 Email: fd@uin-suka.ac.id

SERTIFIKAT

Pengelola Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga dengan ini menyatakan bahwa:

SAPTIAN PUTRI

12210014

LULUS

Ujian sertifikasi Baca Al-Qur'an yang diselenggarakan oleh Laboratorium Agama Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta, 13 Juni 2014
Ketua

Dr. Sriharini, M.Si
NIP. 19710526 199703 2 001



Dr. H. Waryono, M.Ag.
NIP. 19701010 199903 1 002

INTEGRATIF-INTERKONEKTIF

DEDIKATIF-INOVATIF

INKLUSIF-CONTINUOUS IMPROVEMENT

Sertifikat

NO. 118/PAK-OPAK/UNW/UN.YK.AA.06.2012

Diberikan kepada

SAPTIAN.P

Sebagai

Peserta OPAAK 2012

Pembantu Rektor III

UN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Abdullah
Dr. M. Ahmad Rifa'i, S.Pd, Ph.D
NIP. 196009051986031006



Dalam Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAAK) 2012 yang diselenggarakan oleh Panitia Orientasi Pengenalan Akademik & Kemahasiswaan (OPAAK) 2012 dengan tema:

**MEMUPUK NILAI-NILAI NASIONALISME DALAM RUANG KAMPUS ;
UPAYA MEMPERKOKOH INTEGRITAS BANGSA**

pada tanggal 5-7 September 2012 di Kampus UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Mengetahui,

Yogyakarta, 7 September 2012

Demikian Eksekutif Mahasiswa (DEMA)

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Panitia OPAAK 2012

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Romel Musykuri
Ketua Panitia

Abdul Ghaffil
Presiden Mahasiswa

Nomor: UIN.02/R.3/PP.00.9/2753.C/2012



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN KALIJAGA**

Sertifikat

diberikan kepada:

Nama : SAPTIAN PUTRI
NIM : 12210014
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah

Sebagai Peserta

atas keberhasilannya menyelesaikan semua tugas dan kegiatan

SOSIALISASI PEMBELAJARAN DI PERGURUAN TINGGI

Bagi Mahasiswa Baru UIN Sunan Kalijaga Tahun Akademik 2012/2013

Tanggal 10 s.d. 12 September 2012 (20 jam pelajaran)

Yogyakarta, 19 September 2012



Rektor
Pegantun Rektor Bidang Kemahasiswaan

[Handwritten Signature]
Dr. Akhmad Rifa'i, M.Phil.
NIP. 19600905 198603 1006



شهادة اختبار كفاءة اللغة العربية

الرقم: UIN.02/L4/PM.03.2/6.21.1.62/2019

تشهد إدارة مركز التنمية اللغوية بأن

الاسم : Saptian Putri :

تاريخ الميلاد : ٦ أغسطس ١٩٩٣

قد شاركت في اختبار كفاءة اللغة العربية في ١٦ مايو ٢٠١٩، وحصلت
على درجة :

٤٧	فهم المسموع
٣٣	التركيب النحوية و التعبيرات الكتابية
٢٢	فهم المقروء
٣٤٠	مجموع الدرجات

هذه الشهادة صالحة لمدة سنتين من تاريخ الإصدار

جوكجاكرتا، ١٦ مايو ٢٠١٩

المدير



Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ág.

رقم التوظيف : ١٩٦٨٠٩١٥١٩٩٨٠٣١٠٠٥





MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS
STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
CENTER FOR LANGUAGE DEVELOPMENT

TEST OF ENGLISH COMPETENCE CERTIFICATE

No: UIN.02/L4/PM.03.2/2.21.2.3/2019

This is to certify that:

Name : **Saptian Putri**
Date of Birth : **August 06, 1993**
Sex : **Female**

achieved the following scores on the Test of English Competence (TOEC) held on **May 22, 2019** by Center for Language Development of State Islamic University Sunan Kalijaga:

CONVERTED SCORE	
Listening Comprehension	49
Structure & Written Expression	44
Reading Comprehension	51
Total Score	480

Validity: 2 years since the certificate's issued



Yogyakarta, May 22, 2019

Director
Dr. Sembodo Ardi Widodo, S.Ag., M.Ag.
NIP. 19680915 199803 1 005



Nomor: UIN-02/L3/PP.09/21.13/201

Sertifikat

PELATIHAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI

diberikan kepada

Nama : Saptian Putri
 NIM : 12210014
 Fakultas : DAKWAH
 Jurusan/Prodi : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
 Dengan Nilai :

No	Materi	Nilai	
		Angka	Huruf
1	Microsoft Word	95	A
2	Microsoft Excel	75	B
3	Microsoft Power Point	90	A
4	Internet	100	A
Total Nilai		90	A
Predikat Kelulusan		Sangat Memuaskan	

Standar Nilai:

Angka	Huruf	Predikat
88 - 100	A	Sangat Memuaskan
71 - 85	B	Memuaskan
56 - 70	C	Cukup
41 - 55	D	Kurang
0 - 40	E	Sangat Kurang



PKSI

Pusat Komputer & Sistem Informasi

Yogyakarta, 31 Desember 2012



Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.

NIP. 19770103 200501 1 003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
LEMBAGA PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

SERTIFIKAT

Nomor : UIN.02/L.2/PP.06/P3.553/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta memberikan sertifikat kepada :

Nama : Saptian Putri
Tempat, dan Tanggal Lahir : Bantul, 06 Agustus 1993
Nomor Induk Mahasiswa : 12210014
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

yang telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Integrasi-Interkoneksi Tematik Posdaya Berbasis Masjid Semester Khusus, Tahun Akademik 2014/2015 (Angkatan ke-86), di :

Lokasi : Hargowilis
Kecamatan : Kokap
Kabupaten/Kota : Kab. Kulonprogo
Propinsi : D.I. Yogyakarta

dari tanggal 25 Juni 2015 s.d. 31 Agustus 2015 dan dinyatakan LULUS dengan nilai 95,44 (A). Sertifikat ini diberikan sebagai bukti yang bersangkutan telah melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan status intrakurikuler dan sebagai syarat untuk dapat mengikuti ujian Munqasyah Skripsi.



Yogyakarta, 09 Oktober 2015

Ketua,

Fatimah, M.A., Ph.D.

NIP. : 19651114 199203 2 001



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. 552230 Yogyakarta 55281

SERTIFIKAT

Nomor :UIN.02/MP KPI/PP.00.9/ 1610/2015

Panitia pelaksana Magang Profesi Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan ke-30 tahun akademik 2015/2016,
Menyatakan :

Nama : Saptian Putri
NIM : 12210014
Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI
Jurusan : KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

Telah melaksanakan Magang Profesi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam semester ganjil tahun akademik 2015/2016 di Jogja TV dengan nilai A

Demikian sertifikat ini diberikan semoga dapat dimanfaatkan semestinya.

Yogyakarta, 30 Desember 2015

Mengetahui,
Ketua Jurusan KPI

Ketua Panitia pelaksana



Khoiro Ummatin, S.Ag, M.Si
NIP. 197103281997032001

Nanang Mizwar Hasyim, M.Si
NIP.198403072011011013



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

SURAT PERNYATAAN BEBAS PUSTAKA **DI LUAR UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama Lengkap	Saptian Putri
Nomor Induk Mahasiswa	: 12210014
Jurusan	: Komunikasi Penyiaran Islam
Tanggal Lulus	: 28 Agustus 2019
Alamat asal	: Wonokromo 2 RT 01 Pleret Bantul Yogyakarta 55791

Dengan ini menyatakan bahwa saya tidak mempunyai pinjaman buku di Perpustakaan di UGM, UNY, UII, BATAN Yogyakarta, Perpustakaan Daerah (Perpusda) Yogyakarta dan Perpustakaan lainnya.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila tidak sesuai dengan pernyataan, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 30 Agustus 2019
Yang menyatakan,


6000
Saptian Putri
NIM: 12210014

Curriculum Vitae

A. Data Pribadi

1. Nama : Saptian Putri
2. Tempat, tgl. Lahir : Bantul, 06 Agustus 1993
3. Alamat : Wonokromo II Pleret Bantul
4. HP : 085643038498
5. Email : saptianputri@gmail.com
6. Jenis Kelamin : Perempuan
7. Agama : Islam
8. Kewarganegaraan : Indonesia

B. Riwayat Pendidikan

- | | |
|-----------|-------------------------------|
| 2001-2006 | SD N 2 Jejeran |
| 2006-2009 | SMP N 4 Banguntapan |
| 2009-2012 | SMA N 1 Jetis |
| 2012-2018 | UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta |

C. Pengalaman Kerja

- | | |
|-----------|------------------------------|
| 2011 | Penulis freelance |
| 2012-2016 | Penyiar Bantul Radio 89.1 FM |
| 2015 | Internship Jogja TV |
| 2016 | Freelance EO 3G Production |
| 2017 | Radio Taman Wisata Candi |

D. Pengalaman Organisasi

- | | |
|-----------|--|
| 2012-2013 | Kru SUKA TV (UIN Sunan Kalijaga) |
| 2014 | Volunteer Persatuan Keluarga Berencana Indonesia (PKBI) Bantul |