

KOMPETISI STASIUN RADIO SWASTA DI YOGYAKARTA  
(Aplikasi Teori Niche Berdasarkan Program Siaran Radio Geronimo dan  
Radio Swaragama)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh :  
Elok Failasufah  
09730045

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

2013



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281

**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Elok Failasufah  
NIM : 09730045  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations

Dengan ini menyatakan bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi, skripsi saya ini merupakan asli hasil karya dari penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 22 Agustus 2013

Yang menyatakan,



**Elok Failasufah**  
**NIM. 09730045**



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :

Yth Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UTN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum. Wr. Wb.*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan skripsi saudara :

Nama : Elok Failasufah

NIM : 09730045

Prodi : Ilmu Komunikasi

Judul : Kompetisi Stasiun Radio Swasta Di Yogyakarta (Aplikasi Teori Niche Berdasarkan Program Siaran Radio Geronimo dan Radio Swaragama)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum. Wr. Wb.*

Yogyakarta, 21 Agustus 2013

Pembimbing,

Drs. H. Bono Setyo, M.Si

NIP. 19690317 200801 1 013



**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/ 1112.α/2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : KOMPETISI STASIUN RADIO SWASTA DI  
YOGYAKARTA (Aplikasi Teori Niche Berdasarkan  
Program Acara Siaran Radio Geronimo dan Radio  
Swaragama)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Elok Failasufah  
NIM : 09730045

Telah dimunaqosyahkan pada : Selasa, tanggal: 10 September 2013  
dengan nilai : 88,33 (A/B)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

**PANITIA UJIAN MUNAQOSYAH :**

Ketua Sidang

Dr. Bono Setyo, M.Si  
NIP. 19690317 200801 1 013

Penguji I

Rama Kertamukti, M.Sn  
NIP.19721026 201101 1 001

Penguji II

Rika Lusri Virga, S.IP.,MA  
NIP. 19850914 201101 2 014

Yogyakarta, 7-11-2013

UIN Sunan Kalijaga  
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
DEKAN



Dr. Dudung Abdurahman, M.Hum  
19630306 198903 1 010

**HALAMAN MOTTO**

**“Be not simply good; be good for something”**

**Henry David Thoreau**



**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Karya tulis ini  
kupersembahkan kepada  
Almamaterku tercinta....  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN  
HUMANIORA,  
PROGRAM STUDI ILMU  
KOMUNIKASI**

## KATA PENGANTAR



Puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Kompetisi Stasiun Radio Swasta Di Yogyakarta (Aplikasi Teori Niche Berdasarkan Program Siaran Radio Geronimo dan Radio Swaragama)”. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang selalu kita nantikan syafa’atnya kelak di hari kiamat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat tentang kompetisi media di Yogyakarta, terutama radio. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan akademis Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Program Studi Ilmu Komunikasi guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi. Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Bapak Prof. Dr. Dudung Abdurrahman, M.Hum.
2. Bapak Drs. H. Bono Setyo, M.Si, selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan

motivasi dan pengarahan studi serta nasehat yang diberikan kepada penulis, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

3. Ibu Yani Tri Wijayanti, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
4. Segenap Dosen serta Karyawan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Segenap keluarga penulis, Bapak Syibrowi SH, Ibu Romlah (Alm), Ibu Arin, yang selalu menuntun dan tidak lelah memberikan motivasi serta memberikan dukungan, kasih sayang dan kepercayaan yang begitu besar. serta teruntuk adek-adek kecilku, Dek Willy, Dek Salwa, Dek Salma :\* Semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi, amin ☺
6. Mas Dwi Sakti Muhammad Huda terima kasih untuk semangat, dukungan, do'a dan kasih sayangnya selama ini ☺
7. Keluarga “Cozy Piranha” Erza, Chacha, Mb Riri, Mb Ami, Mb Arin, Mb Tri, Mb Tina, terima kasih untuk masukan dan kesediaannya untuk berbagi keluh kesah dalam hal apapun. Terutama kepada mbak Trik, terima kasih mb Tri untuk semua bantuan dan do'anya selama ini.
8. Keluarga Bapak Mardjio-Ibu Hermin terima kasih atas bimbingannya selama ini
9. Lek Ari sekeluarga, Lek Zum, Zaki, Bili, Aik, Dek Nuke, Hanung

10. Teman-teman BEM Prodi Ilmu Komunikasi, PSM Gita Savana, Sahabat Pandhawa PMII, Akademia Joglo Semarang.
11. “My Little Family” teman-teman KKN, Ambar, Rifa, Fitri, Ayuk, Sukma, Acan, Vedy, Afif, Ari, terima kasih untuk semangatnya teman-teman
12. Temen-temen prodi Ilmu komunikasi 2009 Puteri, Ecak, Onyan, Sandy, Vitri, Ruri, Handini, Simbah, Rahma, Iklima, Riri, Septi, Imaniar, Tomo, Hanto, Rophi, Wendy, Agus, Ucan, Syarif, Samino, Mufti, Dery, Ghufron, Mas Ardi, Denisa, Prasma dan semuanya yang nggak bisa disebutin satu persatu, terima kasih teman-teman
13. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Semoga semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan imbalan yang sepiantasnya dari Allah SWT serta mendapat limpahan rahmat dari-Nya, amin. Penulis menyadari akan kekurangan pada skripsi ini, untuk itu segala bentuk saran dan kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan guna kesempurnaan skripsi ini. Untuk itu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi civitas akademika pada umumnya dan untuk ranah keilmuan komunikasi pada khususnya.

Yogyakarta 22 Agustus 2013  
Penulis

Elok Failasufah  
09730045

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
SURAT PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GRAFIK .....	xvii
ABSTRAKSI .....	xxi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	8
D. Tinjauan Pustaka .....	9
E. Landasan Teori .....	12
F. Hipotesis .....	25
G. Metode Penelitian .....	26
H. Sistematika Pembahasan .....	38
<b>BAB II. Gambaran Umum</b>	
A. Sekilas Tentang Radio Geronimo dan Radio Swaragama .....	39
B. Visi, Misi, Loga dan Slogan .....	44
C. Struktur Organisasi Radio Geronimo dan Radio Swaragama .....	48
D. Jadwal Siaran Radio Geronimo dan Radio Swaragama .....	52
<b>BAB III. Pembahasan</b>	
A. Program Siaran Radio Geronimo dan Radio Swaragama .....	55

B. Aplikasi Niche Breadth (NB) dan Niche Overlap (NO) .....	80
BAB IV. Penutup	
A. Kesimpulan .....	129
B. Saran – Saran .....	133
DAFTAR PUSTAKA .....	136
LAMPIRAN	



## DAFTAR GAMBAR

I.	Logo Geronimo FM .....	40
II.	Logo Swaragama FM .....	42
III.	Slogan Swaragama FM .....	43



## DAFTAR TABEL

I.	Jadwal Siaran Geronimo FM .....	52
II.	Jadwal Siaran Swaragama FM .....	53
III.	Frekuensi Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Musik Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	58
IV.	Volume Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Musik Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	59
V.	Frekuensi Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Infotainment Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	63
VI.	Volume Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Infotainment Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	64
VII.	Frekuensi Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Diskusi Publik Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	67
VIII.	Volume Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Diskusi Publik Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	68
IX.	Frekuensi Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	70

X.	Volume Kategori Program Siaran Berdasarkan Format Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	71
XI.	Frekuensi Kategori Program Siaran Berdasarkan Bentuk Penyajian Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	74
XII.	Volume Kategori Program Siaran Berdasarkan Bentuk Penyajian Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	75
XIII.	Frekuensi Kategori Program Siaran Berdasarkan Waktu Penyajian Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	78
XIV.	Volume Kategori Program Siaran Berdasarkan Waktu Penyajian Geronimo FM dan Swaragama FM Periode 24 s/d 30 Juni 2013 .....	79
XV.	Tingkat <i>Niche Breadth</i> Program Siaran Musik Geronimo FM dan Swaragama FM .....	83
XVI.	Hasil <i>Niche Breadth</i> Program Siaran Musik Geronimo FM dan Swaragama FM .....	87
XVII.	Tingkat <i>Niche Breadth</i> Program Siaran <i>Infotainment</i> Geronimo FM dan Swaragama FM .....	91
XVIII.	Hasil <i>Niche Breadth</i> Program Siaran <i>Infotainment</i> Geronimo FM dan Swaragama FM .....	95
XIX.	Tingkat <i>Niche Breadth</i> Program Siaran Diskusi Publik Geronimo FM dan Swaragama FM .....	98
XX.	Hasil <i>Niche Breadth</i> Geronimo FM dan Swaragama FM Program Siaran Diskusi Publik .....	103

XXI. Tingkat <i>Niche Breadth</i> Program Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM dan Swaragama FM .....	106
XXII. Hasil <i>Niche Breadth</i> Program Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM dan Swaragama FM .....	111
XXIII. Tingkat <i>Niche Breadth</i> Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Bentuk Penyajian .....	114
XXIV. Hasil <i>Niche Breadth</i> Program Siaran Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Bentuk Penyajian .....	118
XXV. Tingkat <i>Niche Breadth</i> Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Waktu Penyajian .....	121
XXVI. Hasil <i>Niche Breadth</i> Program Siaran Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Waktu Penyajian .....	126
XXVII. <i>Niche Breadth</i> Geronimo FM dan Swaragama FM .....	133
XXVIII. <i>Niche Overlap</i> Geronimo FM dan Swaragama FM .....	134

## DAFTAR GRAFIK

I.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Musik Geronimo FM .....	84
II.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Musik Geronimo FM .....	85
III.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Musik Swaragama FM ....	86
IV.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Musik Swaragama FM .....	87
V.	Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Frekuensi Program Siaran Musik Geronimo FM dan Swaragama FM .....	90
VI.	Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Volume Program Siaran Musik Geronimo FM dan Swaragama FM .....	90
VII.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran <i>Infotainment</i> Geronimo FM .....	92
VIII.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran <i>Infotainment</i> Geronimo FM .....	93
IX.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran <i>Infotainment</i> Swaragama FM.....	94
X.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran <i>Infotainment</i> Swaragama FM .....	94
XI.	Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Frekuensi Program Siaran <i>Infotainment</i> Geronimo FM dan Swaragama FM .....	97
XII.	Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Volume Program Siaran <i>Infotainment</i> Geronimo FM dan Swaragama FM .....	98

XIII.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Diskusi Publik Geronimo FM .....	100
XIV.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Diskusi Publik Geronimo FM .....	100
XV.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Diskusi Publik Swaragama FM .....	102
XVI.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Diskusi Publik Swaragama FM .....	102
XVII.	Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Frekuensi Program Siaran Diskusi Publik Geronimo FM dan Swaragama FM .....	105
XVIII.	Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Volume Program Siaran Diskusi Publik Geronimo FM dan Swaragama FM .....	105
XIX.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM .....	108
XX.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM .....	108
XXI.	<i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Berita dan Informasi Swaragama FM .....	110
XXII.	<i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Berita dan Informasi Swaragama FM .....	110
XXIII.	Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Frekuensi Program Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM dan Swaragama FM .....	113

XXIV. Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Volume Program Siaran Berita dan Informasi Geronimo FM dan Swaragama FM .....	113
XXV. <i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Bentuk Penyajian .....	115
XXVI. <i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Bentuk Penyajian .....	116
XXVII. <i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Swaragama FM Berdasarkan Bentuk Penyajian .....	117
XXVIII. <i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Swaragama FM Berdasarkan Bentuk Penyajian .....	117
XXIX. Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Frekuensi Program Siaran Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Bentuk Penyajian.	120
XXX. Hasil <i>Niche Breadth</i> dan <i>Niche Overlap</i> Volume Program Siaran Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Bentuk Penyajian.	121
XXXI. <i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Waktu Penyajian .....	123
XXXII. <i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Waktu Penyajian .....	123
XXXIII. <i>Niche Breadth</i> Frekuensi Program Siaran Swaragama FM Berdasarkan Waktu Penyajian .....	125
XXXIV. <i>Niche Breadth</i> Volume Program Siaran Swaragama FM Berdasarkan Waktu Penyajian .....	125

XXXV. Hasil *Niche Breadth* dan *Niche Overlap* Frekuensi Program Siaran  
Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Waktu Penyajian. 128

XXXVI. Hasil *Niche Breadth* dan *Niche Overlap* Volume Program Siaran  
Geronimo FM dan Swaragama FM Berdasarkan Waktu Penyajian. 128



## ABSTRACTION

The industry of private radios has moved into a fierce competitive atmosphere nowadays, such as between Geronimo and Swaragama radio. Both of them having a potential for competing each other because they have several similarities that will affect on the broadcast programs they make. Appealing programs (broadcasting content) will attract a lot of audience and the radio can get a lot of revenue by the incoming radio advertisements, which in turn will help on getting more audiences. Dimmick and Rothenbuhler stated that there are 3 primary sources for sustaining the life of media industry, which are *types of capital* (revenue from advertisements, for instance), *types of content* (the type of media's subject matter), and *types of audience* (the type of target audience). This means that the competition between media is, in its essence, the competition for those 3 resources. The life-sustaining sources are the reason a radio station can keep exist (on the air). A radio station needs broadcasting programs to fill the time available broadcast. This research will study the radio broadcasting programs (*type of content*). To discover the competition level of broadcasting program between Geronimo radio and Swaragama radio, this research will use the application of Niche theory. Niche theory is used to measure the media's competition level by counting the size of its niche (niche breadth and niche overlap). The result from the measurement, both niche breadth (NB) and niche overlap (NO), shown that there is competition of broadcasting programs between Geronimo radio and Swaragama radio. This statement indicated by public discussion volume's NO (0,01), public discussion frequency's NO (0,01), broadcasting program volume's based on type representation NO (0,001) and broadcasting program volume's NO (0,02) and frequency's based on time representation NO (0,04). On the other hand, NB indicated that both radio have a dependency on several supporting resources. Geronimo radio is having generalist trait on infotainment, music broadcasting programs and broadcasting program based on type representation. while Swaragama radio is having generalist trait on information, news as well as public discussion broadcasting programs and broadcasting program based on time representation.

Keywords: Radio Competition, Broadcasting Program, Niche Theory, Niche Breadth, Niche Overlap

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Radio merupakan salah satu bentuk media massa yang banyak digunakan oleh semua lapisan di masyarakat. Radio termasuk salah satu jenis media penyiaran. Media penyiaran merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak (Morissan, 2009:13). Misalnya dalam sekali beroperasi radio langsung dapat memberikan informasi pada semua pendengarnya bahkan dilakukan dengan cara serentak. Dalam hal ini, radio digunakan untuk menyiarkan bermacam-macam pesan (informasi) yang dibutuhkan oleh masyarakat. Baik itu berupa berita, musik, *talk show* dan hiburan lainnya. Pesan-pesan yang disampaikan melalui radio bisa menimbulkan efek imajinasi yang besar bagi para pendengarnya. Karena sifat radio hanya bisa didengarkan tanpa adanya visual yang bisa dilihat, tidak seperti televisi.

Seiring dengan berkembangnya era teknologi, kemajuan dalam bidang penyiaran pun semakin canggih baik itu berupa televisi maupun radio. Radio tidak hanya bisa diputar melalui *tape*, tetapi aksesnya menjadi lebih mudah dengan adanya perkembangan teknologi yang mutakhir. Radio saat ini bisa diputar *streaming* melalui internet, melalui *mp3*, *handphone* dan beberapa peralatan teknologi lainnya. Kaitannya dalam hal ini adalah radio swasta,

karena jika berbicara mengenai radio komunitas jangkauan siarannya hanya diperuntukkan untuk komunitas yang ada di sekitar stasiun radio siaran saja. Oleh karenanya, radio bisa digunakan oleh siapa saja dan dapat diterima dimana saja dalam jangkauan penyiarnya. Bahkan radio bisa menjangkau daerah-daerah yang sulit dijangkau oleh media cetak. Namun demikian, radio memiliki sifat lokal yaitu memiliki daya jangkauan yang terbatas. Oleh karena itu, dalam radius jangkauannya radio harus memiliki segmentasi yang jelas dan tajam siapa yang ingin dijangkaunya (Morissan, 2011:177), agar radio tetap bisa beroperasi.

Mengingat sifat pendengar yang heterogen, maka perlu adanya target audien yang jelas antara pembagian usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan lain sebagainya. Untuk itu, para pengelola radio harus benar-benar mengetahui dengan pasti jangkauan siaran radionya. Bila sasaran pendengar yang dituju mempunyai kesamaan antara radio yang satu dengan yang lain, maka akan terjadi kompetisi antar radio yang sangat ketat. Seperti yang diungkapkan Morissan (2009:16) tingkat kompetisi industri penyiaran akan semakin mendorong terjadinya segmentasi media penyiaran, ini berarti suatu media penyiaran yang baru berdiri, harus benar-benar memilih target audien secara tegas jika tidak ingin kalah bersaing dengan media penyiaran lainnya yang sudah banyak berdiri.

Segmen audien yang dipilih akan menentukan program, gaya siaran hingga target pemasang iklan. Mengingat pada saat ini banyak bermunculan

radio swasta baru yang tumbuh dengan cepat. Hal ini diindikasikan dengan data pemohon izin baru bagi radio swasta dan televisi swasta di Depkominfo per 28 Desember 2007 yang jumlahnya mencapai angka 2205. Dimana untuk radio swasta tercatat ada 2020 pemohon yang mengajukan Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP). Diantara 2020 pemohon IPP tersebut 407 diantaranya adalah anggota PRSSNI (Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia-salah satu asosiasi pengusaha jasa penyiaran radio swasta di Tanah Air yang anggotanya mencapai 847 di Tanah Air). Seperti yang diungkapkan Tri Suparyanto (2012:29):

*“Harus diakui bahwa persaingan bisnis radio swasta memang begitu ketat. Namun demikian faktanya, semua tetap berjalan sebagaimana mestinya. Sejarah membuktikan, di kota sekecil Jogja ini sebanyak 37 radio swasta, 4 program RRI, 3 televisi lokal dan sebuah TVRI Jogja, disamping media cetak, media online, media outdoor, dan lain-lain bisa hidup, tumbuh dan berkembang bersama-sama. Jadi seketat apapun persaingan itu, radio swasta tetap tumbuh dan berkembang sebagaimana nature-nya”*

Dalam QS. Al-Baqarah ayat 148 disebutkan tentang ayat yang menjelaskan tentang melakukan kompetisi dalam kebaikan (hal-hal yang positif). Berikut ayat tersebut :

ولكل وجهة هو موليها فاستبقوا الخيرا فإن ماتكونوا إيايت بكم الله جميعا ان الله على كل شئ قدير

Artinya :

*“Dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu (dalam berbuat) kebaikan. Dimana saja kamu berada, pasti Allah mengumpulkan kamu sekalian (pada*

*hari kiamat). Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu” (Q.S Al-Baqarah: 148)*

Pada ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah SWT senantiasa menganjurkan kepada umatnya untuk melakukan kompetisi. Bahwasanya kompetisi untuk menghasilkan sesuatu yang positif itu diperbolehkan (*fastabiqul khoirot*). Ber-*fastabiqul khoirot* hendaknya menjadi motivasi dan motto setiap manusia, sehingga akan muncul sebuah aktivitas yang bermuara dari kebaikan dan dapat terwujud pola masyarakat yang mempunyai pola hidup berbuat baik. Korelasi ayat tersebut pada penelitian penulis adalah kompetisi yang dilakukan antar radio swasta dalam hal ini adalah untuk mewujudkan eksistensi mereka terhadap bidang penyiaran. Kompetisi ini diwujudkan untuk menghasilkan sesuatu yang positif, yaitu untuk memperoleh perbandingan antar radio swasta (radio Geronimo dan Swaragama). Sehingga dapat memicu kedua radio tersebut untuk senantiasa meningkatkan kualitas radio siaran, agar memperoleh pendengar serta pemasukan yang diharapkan salah satunya melalui kompetisi program siaran.

Sebagai radio pendatang baru, radio Swaragama berhasil menarik cukup banyak perhatian pendengar radio. Survey AC Nielsen tahun 2002 telah menempatkan radio Swaragama sebagai radio pendatang baru terbaik (<http://swaragamajogja.com/new/sejarah/>, akses tanggal 25 Mei 2013). Radio Swaragama (Swaragama FM) melakukan siaran perdana sejak tanggal 27 Februari 2000 dan diresmikan pada tanggal 17 Juni 2000. Sedangkan

Geronimo FM melakukan siaran perdananya pada tahun 1968 dan kemudian mulai mendapat izin untuk mengudara pada tahun 1971.

Kedua radio tersebut memiliki kesamaan diantaranya, memiliki *positioning sex* yang sama yaitu perempuan 55 % dan laki-laki 45 %, selain itu segmentasi pendengar adalah remaja dan jam siaran yang sama yaitu 24 jam. Meskipun sasaran radio Geronimo FM adalah anak muda, tetapi tidak menutup kemungkinan bagi para para eksekutif muda untuk menyukai dan sangat loyal dengan program Geronimo FM. Sedangkan Swaragama FM merupakan radio yang mempunyai segmentasi dan mempunyai pekerjaan sebagai pelajar, mahasiswa dan eksekutif muda. Kedua radio ini mempunyai perkembangan yang cukup baik di dalam bidang penyiaran radio di Yogyakarta.

Adanya kesamaan yang dimiliki oleh stasiun-stasiun radio penyiaran, tentu akan menimbulkan persaingan diantara mereka untuk bertahan hidup (Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY, No. 2, Desember 2007), seperti radio Geronimo dan Swaragama. Alasan penulis memilih untuk meneliti radio yang mempunyai segmentasi pendengar yang sama adalah karena mengingat di Yogyakarta banyak terdapat radio yang mempunyai segmentasi remaja, seperti radio Kotaperak, Unisi radio, I-radio dan lain sebagainya. Persaingan antar radio akan semakin ketat karena segmentasi pendengar yang sama dan bisa dipastikan pemasukan iklan juga berpengaruh, selain itu faktor penting selain segmentasi dan iklan adalah konten (program) siaran. Konten siaran

akan menarik minat pendengar untuk mendengarkan radio yang bersangkutan sehingga segmentasi yang dituju tepat dan pemasukan iklan akan semakin bertambah.

Kompetisi antar radio pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian audien dan untuk dapat merebut perhatian audien, maka pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa audien mereka dan apa kebutuhan mereka. Dalam era persaingan dewasa ini setiap media penyiaran harus memiliki strategi yang jelas dalam merebut perhatian audien. Strategi merebut perhatian audien adalah sama saja dengan strategi pemasaran (*marketing*) dalam arti luas (Morissan, 2009:165). Tetapi konten dari program acara juga akan berpengaruh besar. Karena dengan konten yang menarik akan menjadikan radio tersebut banyak didengarkan dan mendapatkan banyak pemasukan iklan.

Menurut Kriyantono (2009:275), pada dasarnya ada tiga sumber utama yang menjadi sumber penunjang kehidupan industri media, yakni *capital* (meliputi struktur permodalan dan pemasukan iklan), *content* (meliputi aspek program dan atau jenis isi media) dan *audience* (menunjukkan jenis khalayak sasaran). Dengan demikian kompetisi antarmedia pada dasarnya adalah kompetisi untuk memperebutkan ketiga sumber daya tersebut.

Sumber penunjang ini merupakan alasan agar sebuah stasiun radio bisa tetap eksis. Sebuah stasiun radio akan tetap membutuhkan program untuk mengisi waktu siaran yang tersedia. Program harus dibeli atau diproduksi,

kesemuanya itu membutuhkan biaya. Hal ini merupakan modal yang harus dikembalikan dengan harapan dapat memberikan keuntungan. Maka dari itu dibutuhkan iklan untuk dapat membiayai produksi atau bisa juga dengan mengadakan kerjasama sponsor untuk menyelenggarakan siaran. Pemasukan pada radio swasta (komersil) adalah dari iklan. Selain itu, agar para pemasang iklan tertarik untuk memasang iklannya di radio maka sebuah stasiun radio harus mempunyai segmentasi pendengar yang jelas. Hal ini dimaksudkan untuk memudahkan pemasang iklan untuk mencapai target pasarnya. Kaitannya dalam hal ini adalah konten program radio yang kreatif dan menarik sehingga menarik banyak minat pendengar untuk mendengarkan radio. Karena, jika suatu stasiun memperoleh jumlah pendengar yang besar dan jika pendengar itu memiliki karakteristik yang dicari oleh pemasang iklan. Dengan demikian, pendapatan dan keuntungan stasiun penyiaran sangat dipengaruhi oleh programnya (Morissan, 2011:209).

Oleh karena itu, sesuai dengan penjelasan diatas bahwa kompetisi media adalah kompetisi untuk memperebutkan tiga sumber penunjang (capital, audience, content). Maka pada penelitian ini hanya akan fokus pada salah satu sumber penunjang saja yaitu konten siarannya (program siaran). Karena penulis melihat dari sisi positioning, jam siaran, segmentasi dan beberapa kesamaan lainnya yang akan besar pengaruhnya pada program siaran dibandingkan dengan pengaruh pada iklan dan khalayak pendengarnya.

Atas dasar latar belakang masalah yang telah penulis uraikan diatas, maka dalam penelitian kali ini penulis akan meneliti tentang tingkat kompetisi program siaran antar radio Swaragama dan radio Geronimo di Yogyakarta. Penelitian kompetisi media antar stasiun radio Swaragama dan radio Geronimo akan fokus pada konten (program siaran radio). Sehingga penelitian ini mengambil judul : Kompetisi Stasiun Radio Swasta di Yogyakarta (Aplikasi Teori Niche Berdasarkan Program Siaran Radio Swaragama dan Radio Geronimo).

#### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan persoalan penelitian ini sebagai berikut : Bagaimanakah kompetisi antara stasiun radio Geronimo dan radio Swaragama berdasarkan program siaran radio, jika dianalisis berdasarkan teori niche ?

#### C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Dengan melihat pokok permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kompetisi stasiun radio swasta yaitu radio Swaragama dan radio Geronimo berdasarkan program siaran radio, jika dianalisis berdasarkan teori niche.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun dengan adanya penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

### a. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan pada kajian Ilmu Komunikasi, khususnya dalam bidang kompetisi media. Serta menjadi bahan referensi tentang kompetisi media antar stasiun radio swasta dilihat dari sudut pandang program siaran radio.

### b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi kedua stasiun radio bersangkutan yaitu radio Swaragama dan radio Geronimo, untuk menunjang eksistensi masing-masing radio dalam perkembangannya dibidang penyiaran di Yogyakarta.

## D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka digunakan untuk meninjau kembali pustaka atau penelitian tentang masalah yang berkaitan. Pada penelitian kali ini, penulis akan memaparkan beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai permasalahan yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan demikian penulis akan mengetahui hal-hal apa saja yang sebelumnya telah diteliti, agar tidak terjadi pengulangan penelitian. Sehingga dalam tinjauan pustaka ini akan

dijelaskan persamaan dan perbedaan yang penulis buat dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Dalam tinjauan pustaka ini, penulis mengambil beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai keterkaitan masalah dengan yang dibuat oleh penulis. Adapun penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut.

Pertama, skripsi Khairil Akbar tahun 2002, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang berjudul “Kompetisi Media Massa Dalam Foto Berita (Analisa Teori Niche Dalam penelitian analisa isi foto berita pada surat kabar solo pos dan bengawan pos)”. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Khairil dengan penulis adalah terletak pada penggunaan aplikasi teori niche. Sedangkan perbedaannya terletak pada analisis penelitian, peneliti Khairil fokus pada analisa foto berita pada surat kabar sedangkan penulis fokus pada program siaran radio.

Kedua, skripsi Liesa Apriyani tahun 2009, mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang berjudul “Penyiaran Iklan dan Kompetisi Media”. Peneliti Liesa meneliti tentang kompetisi radio yang berbasis Islam yaitu radio Persatuan dan PTDI Kota Perak dalam penyiaran iklan komersial. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Liesa dengan penelitian penulis adalah terletak pada aplikasi teori yang digunakan yaitu menggunakan teori niche sebagai alat untuk mengukur kompetisi media. Adapun perbedaannya terletak pada,

peneliti Liesa meneliti tentang kompetisi iklan yang ada di radio Persatuan dan PTDI Kota Perak sedangkan penulis lebih fokus kepada kompetisi program siaran radio Geronimo dan Swaragama dan tidak meneliti tentang kompetisi iklan radio yang bersangkutan.

Ketiga, thesis Bono Setyo tahun 1999 yang berjudul “Kompetisi Acara Sinetron Indonesia di Televisi (Analisis dan Aplikasi *Niche Theory* dan *Uses and Gratifications* dalam Penelitian tentang Tingkat Kompetisi Acara Sinetron Indonesia di Televisi Swasta di Kalangan Mahasiswa). Mahasiswa program pendidikan magister, program studi Ilmu Sosial, Bidang Kajian Utama Ilmu Komunikasi, Universitas Padjajaran ini meneliti tingkat kompetisi media dalam memenuhi kebutuhan responden dan tingkat kepuasan yang dicari dan yang diperoleh terhadap acara sinetron Indonesia di lima stasiun swasta serta tingkat kesenjangan kepuasan yang diperoleh responden setelah menyaksikan acara sinetron Indonesia di lima stasiun swasta. Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti Bono Setyo dengan penelitian penulis adalah sama-sama meneliti tentang tingkat kompetisi media dan menggunakan teori niche sebagai landasan untuk mengukur tingkat kompetisi media. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus media yang akan diteliti, peneliti Bono Setyo meneliti kompetisi antar televisi (sinetron) dan penulis meneliti kompetisi antar radio. selain itu peneliti Bono Setyo menggabungkan teori *Niche* dan teori *Uses and Gratification* dalam penelitiannya, sedangkan penulis hanya fokus pada teori *Niche* saja.

## E. Landasan Teori

Dalam penelitian ini dibutuhkan landasan teori sebagai landasan berfikir untuk memecahkan permasalahan penelitian. Sehingga nanti mempermudah penulis untuk mencari pemecahan dari permasalahan penelitian.

### 1. Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu tipe komunikasi manusia (*human communication*). Ia lahir seiring dengan penggunaan alat-alat mekanik yang mampu melipat gandakan pesan-pesan komunikasi. Massa mengandung pengertian orang banyak. Mereka tidak harus berada di lokasi tertentu yang sama. Mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi, yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama (Wiryanto, 2006:67-69). Komunikasi massa merupakan komunikasi yang ditujukan kepada massa dengan melalui media massa. Effendy (2009:26) mengatakan : *“media massa ialah media yang mampu menimbulkan keserempakan di antara khalayak yang sedang memperhatikan pesan yang dilancarkan oleh media tersebut”*. Sedangkan menurut Joseph A. devito komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa dan khalayak. Ini bukan berarti massa meliputi seluruh penduduk dan warga negara sebagai pihak yang mengkonsumsi media massa. Komunikasi massa disalurkan oleh media massa. Karena itu, komunikasi

massa lebih logis bila didefinisikan dengan melihat bentuk media massanya seperti koran, radio, televisi, internet, majalah, buku, film, dan lain-lain. Dengan demikian, singkatnya pengertian komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa untuk menyampaikan pesan kepada khalayak, massa dan publik (Syahputra, Rozak dan Sanityastuti, 2006: 99).

Media massa dalam cakupan pengertian komunikasi massa adalah surat kabar, majalah, radio, televisi atau film. Sebelum kemunculan televisi, radio merupakan sistem komunikasi massa yang dominan. Tetapi televisi telah merebut peran dominan radio. Akibatnya, radio terpaksa mengubah fokus mereka, ketimbang mengarahkan program-program mereka kepada khalayak masal seperti yang dilakukan televisi, radio kini lebih berkonsentrasi untuk mengarahkan perhatian mereka kepada khalayak yang lebih terbatas. Radio berusaha melayani kelompok-kelompok khusus, misalnya pecinta opera, musik simfoni, pecandu berita, penggemar musik *rock* dan sebagainya. Misalnya salah satu pemancar radio yang ada di Jakarta yang mengkhususkan diri pada acara-acara yang bersifat humor. Selain itu, radio juga mempunyai fungsi sebagai penghibur pada saat kita beristirahat, berkendara ataupun pada saat bekerja sekalipun (Devito, 1997:509-510).

## 2. Radio

Media komunikasi dewasa ini, telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dengan berkembangnya media komunikasi memungkinkan orang di seluruh dunia untuk melakukan komunikasi. Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Salah satunya adalah perkembangan media penyiaran. Media penyiaran merupakan salah satu jenis media massa elektronik. Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak.

Radio merupakan salah satu jenis alat komunikasi massa yang digunakan dalam penyampaian pesan kepada khalayak luas. Radio berasal dari kata Radios yang berarti benda-benda elektronika yang menciptakan suara untuk berkomunikasi (Sanityastuti, 1997: 56). Radio termasuk dalam kategori media elektronik. Peran radio dalam menyampaikan pesan mulai diakui pada tahun 1909. Radio menjadi medium yang teruji dalam menyampaikan informasi yang cepat dan akurat sehingga kemudian semua orang mulai melirik media ini. Seiring dengan munculnya berbagai stasiun radio, peran radio sebagai media massa semakin besar dan mulai menunjukkan kekuatannya dalam mempengaruhi masyarakat.

Pada tahun 1938, masyarakat Manhattan, New Jersey, Amerika Serikat panik dan geger serta banyak yang mengungsi ke luar kota ketika stasiun

radio CBS menayangkan drama radio yang menceritakan makhluk ruang angkasa menyerang bumi. Meskipun sudah dijelaskan bahwa peristiwa serbuan itu hanya ada dalam siaran radio, namun kebanyakan penduduk tidak langsung percaya. Dalam sejarah siaran, peristiwa itu dicatat sebagai efek siaran paling dramatik yang pernah terjadi di muka bumi (Morissan, 2011 : 3).

Media penyiaran sebagai salah satu bentuk media massa memiliki sifat dan ciri yang berbeda dengan media massa lainnya. Bahkan antara sesama media penyiaran seperti televisi dan radio terdapat berbagai perbedaan sifat. Diantaranya dari sifat siarannya, radio yang hanya bisa dinikmati melalui audio sedangkan televisi bisa dinikmati dengan audio dan visualnya secara bersamaan.

Undang-Undang Penyiaran di Indonesia membagi jenis stasiun penyiaran ke dalam empat jenis. Keempat jenis stasiun penyiaran itu adalah :

a. Stasiun Penyiaran Swasta

Ketentuan dalam undang-undang penyiaran menyebutkan bahwa stasiun penyiaran swasta adalah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi. Dalam Undang-Undang Penyiaran Pasal 13 No. 32 Tahun 2002 (seperti dikutip Morissan, 2011:88). Dalam hal ini biasa disebut radio komersil

atau radio swasta. Bersifat komersial berarti stasiun radio swasta didirikan untuk memperoleh keuntungan yang sebagian besar berasal dari penayangan iklan dan juga usaha sah lainnya yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran (Morissan, 2011:88). Seperti pada radio yang akan penulis teliti yaitu radio Geronimo dan radio Swaragama, kedua radio tersebut termasuk dalam jenis radio swasta.

b. Stasiun Berlangganan

Di Indonesia ketentuan mengenai stasiun penyiaran berlangganan selain diatur dalam UU No. 32/2002 juga diatur dalam peraturan pelaksanaannya, yaitu melalui Peraturan Pemerintahan No. 52 Tahun 2005 (PP 52/2005) tentang penyelenggaraan Penyiaran Lembaga Penyiaran Berlangganan. Menurut keterangan tersebut stasiun penyiaran berlangganan harus berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran berlangganan yang memancar luaskan atau menyalurkan materi siarannya secara khusus kepada pelanggan melalui radio, televisi, multimedia atau media informasi lainnya (Morissan, 2002:103)

c. Stasiun Komunitas

Stasiun penyiaran komunitas harus berbentuk badan hukum Indonesia, didirikan oleh komunitas tertentu, bersifat independen dan tidak komersial dengan daya pancar rendah, luas jangkauan wilayahnya terbatas serta untuk melayani kepentingan komunitasnya.

Komunitas adalah sekumpulan orang yang bertempat tinggal atau berdomisili dan berinteraksi di wilayah tertentu. Dengan kata lain, stasiun ini didirikan tidak untuk mencari keuntungan atau tidak menjadi bagian perusahaan yang mencari keuntungan semata.

d. Stasiun Publik

Stasiun penyiaran publik berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. Stasiun penyiaran publik terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang stasiun pusat penyiarannya berada di ibu kota Negara. Di daerah provinsi, kabupaten atau kota dapat didirikan stasiun penyiaran publik lokal. (Morissan, 2002:103-105)

3. Program Siaran Radio

Siaran radio adalah proses komunikasi yang hanya melalui siaran kata, musik dan bunyi-bunyi lainnya (Sanityastuti, 1997: 56). Untuk itu, stasiun radio setiap harinya menyajikan beberapa jenis program siaran. Untuk mendapatkan perhatian dari pendengarnya, masing-masing stasiun radio harus kreatif mungkin mengemas acaranya agar tidak terkesan monoton. Apalagi melihat persaingan dalam media penyiaran (radio) saat ini cukup tinggi, karena banyak sekali stasiun radio baru yang mulai bermunculan

seperti radio Swaragama yang kemunculannya baru sekitar beberapa tahun lalu tetapi radio tersebut mampu bersaing dengan stasiun radio yang usianya relatif lebih lama, seperti radio Geronimo. Stasiun-stasiun radio berlomba untuk mendapatkan banyak pendengar agar pemasukan iklan mereka bertambah.

Setiap program siaran harus mengacu pada pilihan format siaran tertentu, seiring makin banyaknya stasiun penyiaran dan makin tersegmennya audien. Format siaran diwujudkan dalam bentuk prinsip-prinsip dasar tentang apa, untuk siapa dan bagaimana proses pengolahan suatu siaran hingga dapat diterima audien. Ruang lingkup format siaran tidak saja menentukan bagaimana mengelola program siaran (*programming*) tetapi juga bagaimana memasarkan program siaran itu (*marketing*). Tujuan penentuan format siaran adalah untuk memenuhi sasaran khalayak secara spesifik dan untuk kesiapan berkompetisi dengan media lainnya di suatu lokasi siaran. Format siaran lahir dan berkembang seiring dengan tuntutan spesialisasi siaran akibat maraknya pendirian stasiun radio. Format siaran dapat ditentukan dari berbagai aspek, misalnya aspek demografis audien seperti kelompok umur, jenis kelamin, profesi, hingga geografi. Berdasarkan pembagian tersebut, maka muncullah stasiun penyiaran berdasarkan kebutuhan kelompok tersebut. Pada stasiun penyiaran radio terdapat beberapa format, misalnya radio anak-anak, remaja, muda, dewasa dan tua. berdasarkan profesi, perilaku

atau gaya hidup ada radio berformat profesional, intelektual, petani, buruh, mahasiswa, nelayan dan sebagainya (Morissan, 2011:230-231).

Dalam sejarah perkembangan radio, terdapat lebih dari 100 format siaran. Ini terjadi karena makin kompetitifnya radio siaran. Terdapat sedikitnya sepuluh format siaran yang populer, tertua dan melahirkan anak-anak format radio berikutnya. Delapan versi format siaran menurut Associated Press adalah :

- a. *Adult contemporary*
- b. *Country*
- c. *Top 40/Rock*
- d. *Easy listening/beautiful music*
- e. *Album oriented rock*
- f. *Oldies*
- g. *Urban contemporary*
- h. *All news/talk* (Masduki, 2005:37)

Menurut Pringle-Starr-McCavit (seperti dikutip Morissan, 2011:233), seluruh format siaran radio dapat dikelompokkan ke dalam tiga kelompok besar, yaitu format musik, format informasi dan format khusus. Yang dimaksud format siaran adalah penataan program siaran dan pencitraan radio didalam siaran, sehingga format stasiun disebut juga strategi stasiun radio untuk meraih target pendengar sekaligus sebagai upaya meraih pasar (iklan) bagi radio komersial (Kecuk Sahana, makalah, 20013). Format

musik adalah format yang paling umum digunakan oleh hampir seluruh stasiun radio komersial. Sedangkan format informasi terbagi menjadi dua bagian, yaitu dominasi berita dan dominasi perbincangan. Target audien format ini adalah pendengar berusia antara 25 hingga 54 tahun dengan tingkat pendidikan yang baik. Sementara format khusus adalah format yang dikhususkan untuk audien berdasarkan etnis dan agama. Dengan demikian format khusus ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu format etnik dan format agama.

Di Indonesia format siaran menjadi wajib dimiliki setiap stasiun penyiaran sebagaimana ketentuan Undang-Undang Penyiaran pasal 33 ayat 2 No. 32 tahun 2002 tentang penyiaran yang menyatakan bahwa pemohon izin penyiaran yang ingin membuka stasiun penyiaran wajib mencantumkan nama, visi, misi dan format siaran yang akan diselenggarakan serta memenuhi persyaratan sesuai dengan ketentuan undang-undang. Pencantuman format siaran untuk mendapatkan izin penyiaran ini tidak dikenal di beberapa negara lain, seperti di Amerika (Morissan, 2011:234). Setelah menentukan format stasiun radio, maka yang perlu diperhatikan selanjutnya adalah menentukan berbagai jenis program yang akan ditawarkan kepada pendengar (Masduki, 2005:39).

Pada umumnya stasiun radio memproduksi sendiri program siarannya. Memproduksi program radio memerlukan kemampuan dan keterampilan sehingga menghasilkan program produksi yang menarik didengar.

Program radio sebenarnya tidak terlalu banyak jenisnya. Secara umum program radio terdiri atas dua jenis, yaitu musik dan informasi. Kedua jenis program ini kemudian dikemas dalam berbagai bentuk yang pada intinya harus bisa memenuhi kebutuhan audien dalam hal musik dan informasi. Menurut Masduki (2005: 69-84) program siaran tersebut diantaranya :

a. Berita radio

Berita radio merupakan sajian fakta berupa peristiwa atau pendapat yang penting atau menarik bagi sebanyak mungkin pendengar. Dua bentuk populer berita radio adalah siaran langsung dan siaran tunda. Siaran langsung adalah reporter menggali fakta di lapangan dan pada saat bersamaan melaporkannya dari lapangan pula, sedangkan siaran tunda adalah reporter menggali fakta di lapangan, kemudian kembali ke studio untuk mengolahnya terlebih dulu sebelum disiarkan. Siaran berita dibedakan dengan siaran informasi. Siaran berita berarti sajian fakta yang diolah kembali menurut kaidah jurnalistik radio, sementara siaran informasi tidak selalu bersumber dari fakta di lapangan namun tetap dikerjakan menurut kaidah jurnalistik. Salah satu bentuk siaran informasi di radio adalah informasi aktual yang diambil dari surat kabar atau internet.

#### b. Iklan Radio

Ada dua jenis iklan, yaitu iklan komersial yang berisi tentang profil produk tertentu dan iklan layanan sosial dengan fokus isi pesan komunikasi sosial. Bentuk iklan yang diproduksi di radio ada tiga bentuk, yaitu yang pertama adalah *Ad-lib* (berupa naskah yang dibacakan saja dengan durasi 30 detik), yang kedua *Spot* (naskah iklan yang dipadu dengan musik, efek suara, petikan wawancara dengan durasi 30-60 detik) dan yang ketiga yaitu program khusus berupa *ad-lib* dan *spot* yang disiarkan bergantian sebagai pesan sponsor saat siaran acara tertentu.

#### c. Jingle Radio

Jingle atau radio air promo diartikan sebagai gabungan musik dan kata yang mengidentifikasi keberadaan sebuah stasiun radio. Durasi jingle umumnya antara 5-15 detik. Tujuan produksi jingle bagi radio adalah untuk mempromosikan keberadaan radio baru di tengah masyarakat, memberikan informasi symbol atau identitas terpenting dari radio agar selalu diingat pendengar, membentuk citra radio tertentu di benak pendengar, pada saat disiarkan berfungsi sebagai jeda, selingan dan sejenisnya. Ada tiga jenis jingle yaitu jingle untuk stasiun radio (*radio expose*), jingle untuk acara radio (*programme expose*) dan untuk penyiar radio (*announcer expose*).

#### d. *Infotainment* Radio

*Infotainment* merupakan singkatan dari *information* dan *entertainment* yang berarti suatu kombinasi sajian siaran informasi dan hiburan atau sajian informasi yang bersifat menghibur. *Infotainment* dalam kemasan yang lebih lengkap sering disebut majalah udara, yaitu suatu acara yang memadukan antara musik, lagu, tuturan informasi, berita, iklan dan bahkan drama. Dengan durasi sekitar 5 hingga 60 menit, acara *infotainment* terbagi ke dalam sejumlah segmen yang diselengi lagu-lagu atau jeda iklan.

Namun dalam penelitian kali ini penulis hanya akan fokus pada jenis-jenis program siaran saja, didalamnya tidak termasuk program siaran yang berupa iklan. Yaitu program siaran yang berupa musik, berita informasi, bertutur interaktif dan diskusi publik (Masduki, 2005: 39-42).

#### 4. Teori *Niche*

Teori *niche* merupakan teori yang muncul dari disiplin Ekologi. Akan tetapi teori ini dapat digunakan untuk riset tingkat kompetisi antar media massa, baik itu surat kabar, televisi maupun radio. Teori ini juga dapat digunakan untuk mengukur persaingan antar program PR beberapa perusahaan.

*“Menurut teori ini, untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya setiap makhluk hidup memerlukan sumber penunjang yang ada di alam sekitarnya. Bila sumber penunjang kehidupan yang diperlukan*

*itu sama dan jumlahnya terbatas, maka akan terjadi perebutan atau persaingan. Pandangan ekologi ini bila diaplikasikan pada media massa bisa disebut sebagai “ekologi media”. Ekologi media berkenaan dengan hubungan timbal balik antara media massa dengan lingkungan penunjangnya. Media berinteraksi dengan lingkungannya. Kondisi ini sama dengan hubungan yang terjadi antara makhluk hidup dengan lingkungan tempatnya hidup. Dalam proses interaksi ini memungkinkan terjadi kompetisi dalam mempertahankan kehidupannya. Pada industri media, masing-masing populasi terdiri dari media-media yang secara tidak langsung membentuk suatu kelompok yang hidup dari sumber daya yang sama. Misalnya populasi surat kabar, populasi radio atau populasi televisi” (Kriyantono, 2009:274)*

Menurut Dimmick (seperti dikutip Kriyantono, 2009:274) secara ekologis ruang kehidupan dan tingkat persaingan media dapat diriset secara kuantitatif dengan menghitung besaran *nichenya*. *Niche* didefinisikan sebagai semua komponen dari lingkungan di mana organisasi atau populasi berinteraksi. Menurut Levin (seperti dikutip Sendjaya dalam Kriyantono, 2009:274), sifat interaksi tersebut tergantung pada tiga faktor :

a. *Niche Breadth* yaitu daerah atau ruang sumber penunjang kehidupan yang ditempati oleh masing-masing individu atau tingkat hubungan antara populasi dengan sumber penunjang.

1) *Spesialis* : apabila populasi atau makhluk hidup itu hanya menggantungkan kehidupannya pada satu jenis sumber penunjang.

2) *Generalis* : apabila sumber penunjangnya beraneka ragam.

3) *Moderat* : keadaan dimana kelangsungan hidup kedua radio tidak mengalami sifat generalis ataupun spesialis

- b. *Niche Overlap* yaitu penggunaan sumber penunjang kehidupan yang sama dan terbatas oleh dua makhluk hidup atau lebih sehingga terjadi tumpang tindih atau derajat persamaan ekologis atau kompetisi antarpopulasi dalam memperebutkan sumber penunjang.
- c. Jumlah seluruh sumber daya yang dapat digunakan oleh seluruh populasi.

Maksud dari sumber penunjang dalam penelitian ini adalah sumber penunjang kehidupan media, kaitannya dalam hal ini adalah radio. Sumber penunjang kehidupan media meliputi *types of capital* (struktur permodalan dan pemasukan iklan), *types of content* (aspek program dan atau jenis isi media) dan *types of audience* (menunjukkan jenis khalayak sasaran). Namun dalam fokus permasalahan yang akan penulis gunakan sebagai penelitian adalah *types of content* (aspek program). Dimana nanti akan dibandingkan antara program radio Geronimo dengan radio Swaragama.

Suatu populasi atau makhluk hidup disebut spesialis apabila hanya menggantungkan kehidupannya terhadap satu jenis sumber penunjang, dan disebut generalis jika sumber penunjang kehidupannya bermacam ragam (Sendjaja, Audientia Jurnal Komunikasi, No. 2, 1993:122).

## F. Hipotesis

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang

diperoleh dari tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji kebenarannya atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian (Martono, 2010:57).

Ha : Ada kompetisi antara program siaran radio geronimo dan radio Swaragama jika dianalisis berdasarkan aplikasi teori niche stasiun radio swasta di Yogyakarta

Ho : Tidak ada kompetisi antara program siaran radio geronimo dan radio swaragama jika dianalisis berdasarkan aplikasi teori niche stasiun radio swasta di Yogyakarta.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode analisis isi dan aplikasi teori *niche*. Barelson (seperti dikutip Tischer, dkk, terj., Gazali, dkk, 2009:97) mengatakan “*analisis isi merupakan suatu teknik penelitian yang ditujukan untuk menguraikan isi komunikasi yang jelas secara objektif, sistematis dan kuantitatif*”. Pengertian isi bukan hanya berupa gambar atau tulisan saja, melainkan juga ide, tema, pesan, arti, maupun simbol-simbol yang terdapat dalam teks, baik dalam bentuk tulisan (seperti buku, majalah, surat kabar, iklan, surat resmi, lirik lagu, puisi dan sebagainya), gambar (misalnya film, foto, lukisan), atau pidato (Prasetyo dan Jannah, 2012: 167). Dalam penelitian ini yang dianalisis

adalah intensitas (volume) dan frekuensi dari radio Geronimo dan Swaragama. Untuk selanjutnya mengaplikasikan teori *niche* ke dalam kompetisi media dalam hal ini adalah program siaran radio. Jadi analisis isi digunakan untuk membantu pelaksanaan teknis penelitian, sesuai dengan fungsi analisis isi oleh Berelson yakni membantu pelaksanaan teknis penelitian (Krippendorff, 1989: 34)

Menurut Dimmick dan Rothenbuhler, terdapat tiga sumber utama yang menjadi penunjang kehidupan industri media, yaitu *types of capital* (misalnya pemasukan dari iklan), *types of content* (jenis isi media) dan *types of audience* (jenis khalayak sasaran). Dengan demikian, kompetisi antar media pada dasarnya adalah kompetisi memperebutkan ketiga sumber tersebut (Sendjaja, *Audientia Jurnal Komunikasi*, No. 2, 1993:124). Namun dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah program siaran radio (*types of content*). Penulis tidak meneliti baik dari *type of capital* maupun *audience*. Karena penulis melihat dari sisi irisan mayoritas (radio anak muda), positioning, jam siaran dan beberapa kesamaan lainnya yang akan besar pengaruhnya pada program siaran dibandingkan dengan pengaruh pada iklan dan khalayak pendengarnya. Selain itu, jika penulis akan fokus pada kompetisi iklan maupun *audience* antara Swaragama FM dan Geronimo FM hasilnya akan berbeda, dikarenakan ada perbedaan antara segmentasi usia kedua radio. Sedangkan sebuah persaingan (kompetisi) itu akan muncul jika ada kesamaan antara stasiun-stasiun

radio penyiaran (Jurnal Ilmu Komunikasi UAJY, No. 2, Desember 2007). Maka dari itu penulis memilih untuk fokus pada *content* siaran dari Geronimo FM dan Swaragama FM.

## 2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Atau, populasi dapat didefinisikan dengan keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti (Martono, 2010:66). Populasi pada penelitian kali ini adalah program siaran radio Geronimo dan radio Swaragama.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti, atau sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi. Teknik sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu sampel yang berdasarkan kriteria-kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam *purposive sampling*, sampel didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Kata *purposive* menunjukkan bahwa teknik ini digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu (Kasiran, 2010:263). Sampel dalam penelitian ini adalah program siaran masing-masing radio yaitu radio Geronimo dan radio Swaragama,

dalam kurun waktu Juni 2013. Sampel yang diambil pada penelitian kali ini adalah program radio siaran selama satu minggu siaran. Hal ini dikarenakan masing-masing radio baik Geronimo ataupun Swaragama mempunyai format siaran yang tiap harinya berbeda dalam kurun waktu satu minggu. Akan tetapi dalam minggu yang berbeda format siaran tersebut akan tetap sama kecuali variasi format siaran dalam memperingati hari-hari tertentu.

### 3. Definisi Konseptual dan Operasional

Masalah pengukuran dalam penelitian kuantitatif merupakan unsur penting yang harus diperhatikan. Pengukuran dalam penelitian kuantitatif menunjuk pada bagaimana variabel yang akan diuji dapat diukur dengan tepat. Untuk itu, konseptualisasi merupakan proses menjelaskan konsep yang abstrak untuk kemudian mendefinisikannya menjadi definisi konseptual dengan berdasar pada literature (Martono, 2010: 80-81). Definisi konseptual pada penelitian ini yaitu :

- a. Kompetisi atau persaingan, terjadi di kalangan makhluk hidup disamping kooperasi atau kerjasama. Kompetisi menimbulkan seleksi alam dalam evolusi (Ensiklopedi Nasional Indonesia, 1990:72)
- b. Kompetisi media massa adalah persaingan antara dua media massa atau lebih dalam memperebutkan sumber penunjang hidupnya. Sumber penunjang dari media massa adalah *capital*, *audience* dan *content* (Kriyantono, 2009:275)

- c. Program siaran radio merupakan suatu bentuk komunikasi yang ditujukan kepada khalayak sesuai dengan segmen yang dituju dan dikemas sedemikian rupa sehingga menarik dan diminati banyak pendengar (Morissan, 2011:230). Menurut Masduki (2005:39-42) program siaran radio itu meliputi musik, berita dan informasi, bertutur interaktif (*infotainment*) dan diskusi publik.
- d. Kompetisi program siaran radio adalah persaingan antara dua stasiun radio atau lebih dalam memproduksi dan menyiarkan program siarannya yang dilihat dari kategori-kategori seperti dalam definisi operasional.
- e. *Niche Breadth* adalah daerah atau ruang sumber penunjang kehidupan yang ditempati oleh masing-masing individu atau tingkat hubungan antara populasi dengan sumber penunjang (Kriyantono, 2009:274)
- f. *Niche Overlap* adalah penggunaan sumber penunjang kehidupan yang sama dan terbatas oleh dua makhluk hidup atau lebih sehingga terjadi tumpang tindih atau derajat persamaan ekologis atau kompetisi antarpopulasi dalam memperebutkan sumber penunjang (Kriyantono, 2009:274)
- g. Kategori program siaran adalah pengelompokan program-program siaran berdasarkan beberapa kategori, yaitu kategori format siaran, kategori bentuk penyajian dan kategori yang berdasarkan waktu penyiaran.

Operasionalisasi merupakan sebuah proses membangun definisi operasional, proses ini berupaya untuk menghubungkan bahasa teori (yang abstrak) dengan bahasa empiris (Martono, 2010: 81). Oleh penulis definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

- a. Kompetisi media adalah persaingan yang terjadi antar media dalam memperebutkan sumber penunjang kehidupan. Dalam penelitian ini akan diteliti kompetisi terhadap jenis isi media yaitu program siaran radio.
- b. Program siaran radio pada Geronimo FM dan Swaragama FM periode 24 – 30 Juni 2013.
- c. *Niche Breadth*, menunjukkan tingkat hubungan antara stasiun radio siaran Geronimo dan Swaragama, misalnya apakah radio siaran tersebut sangat tergantung pada program siaran jenis musik saja atau tidak, dan seterusnya. Tingkat hubungan tersebut dibedakan menjadi :
  - 1) *Generalis* adalah keadaan dimana kelangsungan hidup radio Geronimo dan Swaragama tidak hanya bergantung pada satu jenis kategori program saja.
  - 2) *Spesialis* adalah keadaan dimana kelangsungan hidup radio Geronimo dan Swaragama hanya tergantung pada kategori program tertentu.
  - 3) *Moderat* adalah keadaan dimana kelangsungan hidup kedua radio tidak mengalami sifat generalis ataupun spesialis

d. *Niche Overlap*, menunjukkan adanya ketumpang tindihan antara siaran radio Geronimo dan Swaragama dalam memperebutkan sumber penunjang (*content*) yang sama berdasarkan kategori jenis program tertentu.

e. Kategori-kategori yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

1) Kategori program siaran berdasarkan format siaran

Kategori ini merupakan program siaran berupa musik, berita informasi, bertutur interaktif dan diskusi publik (Masduki, 2005: 39-42).

a) Musik, dapat didefinisikan sebagai sebuah cetusan ekspresi perasaan atau pikiran yang dikeluarkan secara teratur dalam bentuk bunyi (Ensiklopedi Nasional Indonesia, 1990: 413).

Program siaran musik dalam penelitian dibagi menjadi beberapa macam yaitu program siaran musik lagu Indonesia, lagu barat dan campuran (Indonesia-barat).

b) Berita dan informasi. Berita di radio mempunyai dua bentuk kemasan berita yaitu langsung (*live report*) dari lokasi peristiwa, baik untuk acara hiburan maupun peristiwa politik dan kriminal dan direkam sebelumnya kemudian disiarkan secara khusus di radio pada jam tertentu. Informasi dalam radio bisa berbentuk informasi ringan, tips atau panduan praktis yang digelar secara monolog atau interaktif. Program siaran informasi

d radio dapat berupa informasi ringan, tips atau panduan yang digelar secara monolog atau interaktif. Penyajiannya bisa dilakukan dalam jam siaran tertentu atau diselipkan dalam menu acara lain terutama acara pemutaran lagu-lagu (Masduki, 2005: 40-41). Dalam penelitian ini program siaran berita dan informasi akan dibagi menjadi dua macam yaitu program siaran berita dan program siaran informasi.

c) Bertutur kreatif. Dalam kemasan yang modern, program siaran ini dikenal pula dengan sebutan *infotainment*. Radio dengan segmen pendengar anak muda kerap menyajikan berbagai acara tuturan interaktif melibatkan pendengar. Contoh program siarannya adalah pelayanan permintaan lagu, program curahan hati, kuis, perbincangan bebas seputar gosip selebriti, hingga permainan yang menggugah rasa humor. Dalam penelitian ini program siaran bertutur kreatif (*infotainment*) dibedakan menjadi program siaran curhat (curahan hati) dan *games* (Masduki, 2005: 41).

d) Diskusi publik. Pada penelitian ini program siaran diskusi publik hanya berupa *talk show*, kemudian dari program *talk show* tersebut dibedakan menjadi dua yaitu *talk show* dengan artis nasional dan *talk show* dengan artis lokal (komunitas lokal).

## 2) Kategori program siaran berdasarkan bentuk penyajian

Kategori ini merupakan program siaran berupa musik dan informasi, pengantar pendengar, pilihan pendengar dan tangga lagu.

- a) Musik dan Informasi adalah program siaran berupa siaran lagu yang disertai dengan informasi ditengah pemutaran lagu-lagu tersebut.
- b) Pengantar pendengar adalah program siaran berupa selingan lagu yang disiarkan oleh penyiar sebagai selingan acara seperti *talkshow*, curhat dan sebagainya.
- c) Pilihan Pendengar adalah program siaran berupa lagu yang dipilih pendengar kemudian diputarkan oleh penyiar atau biasa disebut dengan *request* lagu.
- d) Tangga lagu adalah program siaran berupa mengurutkan sebuah lagu menurut popularitas selama waktu tertentu.

([http://id.wikipedia.org/wiki/Tangga\\_musik](http://id.wikipedia.org/wiki/Tangga_musik), akses 21 September 2013)

## 3) Kategori program siaran berdasarkan waktu penyajian

Kategori ini merupakan program siaran berupa program siaran pagi, siang, sore dan malam.

a) Program siaran pagi adalah program siaran yang disiarkan dari tengah malam hingga sekitar pukul 10.00.

[\(<http://id.wikipedia.org/wiki/Pagi>, akses 21 September 2013\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Pagi)

b) Program siaran siang adalah program siaran yang disiarkan diantara pukul 11.00 sampai pukul 14.00.

[\(<http://id.wikipedia.org/wiki/Siang>, akses 21 September 2013\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Siang)

c) Program siaran sore adalah program siaran yang disiarkan diantara pukul 15.00-18.00.

[\(<http://id.wikipedia.org/wiki/Sore>, akses 21 September 2013\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Sore)

d) Program siaran malam adalah program siaran yang disiarkan diantara pukul 19.00-00.00

[\(<http://id.wikipedia.org/wiki/Malam>, akses 21 September 2013\)](http://id.wikipedia.org/wiki/Malam)

#### 4. Metode Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan keseluruhan data yang diperlukan, maka penulis menggunakan dua metode pengumpulan data (data primer dan sekunder). Data Primer adalah diperoleh dari menghitung intensitas (volume) dan frekuensi dari program siaran radio Geronimo dan Swaragama dalam kurun waktu 24 – 30 Juni 2013. Yang dimaksud menghitung intensitas volume adalah menghitung jumlah siaran dalam hitungan menit misalnya program siaran musik selama satu minggu, kemudian untuk frekuensi adalah menghitung berapa kali program siaran musik ditayangkan dalam kurun waktu satu minggu. Sedangkan data sekunder adalah diperoleh dari

arsip dan data perusahaan serta menggunakan studi pustaka (buku-buku, majalah, internet) untuk melengkapi data.

## 5. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini analisis data menggunakan dua tahap. Tahap pertama mengelompokkan data berdasarkan porsi dan proporsi volume serta frekuensi berdasarkan jenis program siaran radio. Sedangkan untuk tahap kedua adalah aplikasi teori *niche* dengan rumus yang sudah ditetapkan oleh Levins I, baik itu *niche breadth* maupun *niche overlap* gunanya untuk menghitung data dan mengetahui hasil dari kompetisi radio Geronimo dan Swaragama. Untuk mengukur *Niche Breadth* dan *Niche Overlap*, dapat menggunakan rumus Levins (seperti dikutip Kriyantono, 2009:275) :

### a. Rumus Niche Breadth populasi A

$$Nb A = \frac{1}{\sum_{i=1}^n p_i^2}$$

Keterangan :

A : populasi (dalam hal ini stasiun radio)

P : proporsi dari setiap penggunaan dari suatu jenis sumber daya yang digunakan oleh populasi tersebut (n). Nilai A berkisar antara minimum 1 sampai dengan jumlah maksimum kategori sumber (I) yang digunakan A

I : jenis atau kategori sumber daya yang digunakan (dalam hal ini program siaran)

Nb : niche breadth

b. Rumus Niche Overlap antara dua populasi

$$d_{i,j} = \sum_{h=1}^n (p_{ih} - p_{jh})^2$$

Keterangan :

$d_{i,j}$  : jarak atau overlap atau ketumpangtindihan antara populasi (I) dan (j) yang dihitung dengan cara menjumlahkan derajat perbedaan antara proporsi penggunaan setiap jenis kategori (h)

p : proporsi penggunaan sumber daya tersebut

h : kategori sumber daya atau penunjang yang digunakan oleh kedua populasi dimana jenis daya sampai ke n kategori

Jika hasil perhitungan *niche overlap* antara dua populasi semakin mendekati nol, maka dikatakan antara dua populasi itu telah terjadi persaingan yang semakin tinggi. Misalnya, bila tema-tema program siaran antara radio Geronimo dan Swaragama mempunyai niche overlap yang mendekati nol, maka berarti kedua radio seimbang dalam pemuatan isi program siarannya, karena itu mereka bersaing ketat.

## H. Sistematika Pembahasan

Dalam penelitian ini, penulis akan membagi ke dalam empat bab, yaitu :

BAB I Pendahuluan : bab ini berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, landasan teori serta metode penelitian.

BAB II Gambaran Umum : bab ini memaparkan profil tentang radio Geronimo dan Swaragama beserta program siaran masing-masing radio.

BAB III Pembahasan : bab ini berisi tentang pembahasan penelitian tentang kompetisi dua radio yaitu radio Geronimo dan Swaragama

BAB IV Penutup : bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran dan rekomendasi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Geronimo FM dan Swaragama FM merupakan radio swasta yang mempunyai lingkup siaran di wilayah Yogyakarta. Keduanya merupakan radio *music station*. Selain itu baik Geronimo FM ataupun Swaragama FM mempunyai *positioning sex*, yaitu perempuan 55 % dan laki-laki 45 %. Jam siaran selama 24 jam dan segmentasi pendengar yang mayoritas adalah anak muda membuat kedua radio ini berkompetisi. Sehingga konten siaran masing-masing radio harus dibuat semenarik mungkin agar pendengar (audiens) dan pemasukan iklan bisa bertambah.

Oleh karena itu, penulis telah meneliti tentang kompetisi yang terjadi antara Geronimo FM dengan Swaragama FM berdasarkan program siaran radio dan diaplikasikan menggunakan teori *niche*. Penelitian yang mempunyai fokus pada masalah kompetisi radio ini diuji dengan menggunakan rumus *niche breadth* dan *niche overlap*. *Niche breadth* adalah untuk mengetahui tingkat hubungan suatu populasi (media) dengan sumber-sumber penunjang penunjangnya. Hasil dari *niche breadth* akan diperlihatkan dengan menunjukkan sifat spesialis (bergantung pada satu jenis sumber penunjang kehidupan) atau generalis (bergantung pada macam-macam sumber penunjang kehidupan). Selanjutnya digunakan rumus *niche overlap* untuk mengetahui

tingkat kompetisi antara dua populasi (media) dalam memperebutkan suatu sumber penunjang kehidupan.

Dalam penelitian antara program siaran radio Geronimo dan Swaragama terdapat kompetisi. Pada beberapa kategori program siaran menunjukkan sifat kompetisi yang kuat dan beberapa yang lainnya menunjukkan sifat cukup kuat.

1. Program siaran geronimo FM dan swaragama FM berdasarkan format siaran :
  - a. Dari segi frekuensi maupun volume pada program siaran musik Geronimo FM cenderung generalis dibanding Swaragama FM.
  - b. Dari segi frekuensi maupun volume pada program siaran *infotainment* Geronimo FM cenderung generalis dibanding Swaragama FM
  - c. Dari segi frekuensi maupun volume pada program siaran diskusi publik Swaragama FM cenderung generalis dibanding Geronimo FM
  - d. Pada program siaran berita dan informasi, dari segi frekuensi Swaragama FM menunjukkan sifat moderat sedangkan Geronimo FM cenderung spesialis. Sedangkan dari segi volume Geronimo FM cenderung generalis dibanding dengan Swaragama FM.
2. Program siaran geronimo FM dan swaragama FM berdasarkan bentuk penyajian. Dari segi frekuensi dan volume baik Geronimo FM dan Swaragama FM menunjukkan sifat spesialis.

3. Program siaran geronimo FM dan swaragama FM berdasarkan waktu penyajian. Dari segi frekuensi dan volume baik Geronimo FM dan Swaragama FM menunjukkan sifat generalis.

Kategori program siaran yang mengalami kompetisi tidak cukup kuat adalah frekuensi berdasarkan bentuk penyajian. Kompetisi cukup kuat adalah frekuensi dan volume program siaran musik dan *infotainment*, frekuensi diskusi publik dan volume berita dan informasi. Sedangkan kompetisi yang kuat terjadi pada program siaran dari segi volume program siaran diskusi publik, frekuensi program siaran berita dan informasi, volume program siaran berdasarkan bentuk penyajian, frekuensi dan program siaran berdasarkan waktu penyajian. Kompetisi yang kuat dibuktikan dengan uji rumus *niche overlap* (NO). NO volume kategori program diskusi publik adalah 0,01, sedangkan NO frekuensi program berita adalah 0,006. Dalam hal ini jika NO semakin kecil atau mendekati angka nol, maka kompetisi yang terjadi antara kedua radio adalah kuat atau tinggi. Hal ini berarti Geronimo FM dan Swaragama FM sebagai *music station* menyiarkan informasi tentang musik lebih banyak disiarkan melalui kategori program berita dan informasi dan diskusi publik daripada disiarkan melalui kategori program siaran musik itu sendiri.

Tabel XXVII

Niche *Breadth* Geronimo FM dan Swaragama FM

Radio	Kategori Program Siaran	Nb Frekuensi	Kategori	Nb Volume	Kategori
Geronimo FM	Format Siaran (Musik)	2,67	Generalis	2,66	Generalis
Swaragama FM	Format Siaran (Musik)	1,88	Moderat	1,68	Cenderung Spesialis
Geronimo FM	Format Siaran ( <i>Infotainment</i> )	2,79	Generalis	2,72	Generalis
Swaragama FM	Format Siaran ( <i>Infotainment</i> )	2	Moderat	1,71	Cenderung Spesialis
Geronimo FM	Format Siaran (Diskusi Publik)	1,6	Cenderung	1,98	Generalis
Swaragama FM	Format Siaran (Diskusi Publik)	2	Generalis	1,99	Generalis
Geronimo FM	Format Siaran (Berita dan Informasi)	1,38	Cenderung Spesialis	1,95	Generalis
Swaragama FM	Format Siaran (Berita dan Informasi)	1,52	Moderat	1,13	Spesialis
Geronimo FM	Bentuk Penyajian	2,15	Cenderung Spesialis	2,16	Cenderung Spesialis
Swaragama FM	Bentuk Penyajian	2,44	Moderat	2,15	Cenderung Spesialis
Geronimo FM	Waktu Penyajian	3,29	Cenderung Generalis	2,88	Cenderung Generalis
Swaragama FM	Waktu Penyajian	3,96	Generalis	3,44	Generalis

Tabel XXVIII

Niche *Overlap* Geronimo FM dan Swaragama FM

Kategori Program Siaran	No Frekuensi	Kompetisi	No Volume	Kompetisi
Format Siaran (Musik)	0,40	Cukup kuat	0,52	Cukup kuat
Format Siaran ( <i>Infotainment</i> )	0,33	Cukup kuat	0,45	Cukup kuat
Format Siaran (Diskusi Publik)	0,12	Cukup kuat	0,01	Kuat
Format Siaran (Berita dan Informasi)	0,006	Kuat	0,51	Cukup Kuat
Bentuk Penyajian Waktu Penyajian	5	Tidak Kuat	0,001	Kuat
	0,04	Kuat	0,02	Kuat

## B. Saran-Saran

1. Geronimo FM merupakan radio swasta yang ada di Yogyakarta yang merupakan radio *music station*. Komposisi lagu internasional (barat) pada Geronimo FM mempunyai porsi yang lebih dibanding dengan lagu Indonesia. Mengingat lokasi Geronimo FM adalah di Yogyakarta, ada baiknya jika konten lokal (Yogyakarta) bisa ditambah agar supaya antara konten luar dan lokal bisa seimbang. Selain itu untuk meningkatkan jumlah pendengar dan pemasukan iklan, konten program Geronimo FM bisa dikembangkan dan dibuat semenarik mungkin untuk menambah eksistensi Geronimo FM sebagai radio swasta di Yogyakarta.

2. Swaragama FM yang pada mulanya mempunyai *basic* sebagai radio kampus dan kemudian telah berkembang menjadi radio swasta yang mampu bersaing dengan radio-radio swasta lainnya, adalah juga merupakan radio *music station* sama halnya seperti Geronimo FM. Namun pada beberapa kategori program siaran seperti volume pada program musik, proporsi untuk lagu Internasional (barat) lebih banyak daripada lagu Indonesia. Akan lebih baik jika volume pada kategori tersebut seimbang sehingga lagu barat tidak terkesan dominan dari lagu-lagu Indonesia. Untuk itu agar Swaragama FM dapat terus berkembang dan dapat berkompetisi dengan radio-radio lainnya, mengingat di Yogyakarta banyak sekali tumbuh radio-radio baru yang mempunyai segmen tidak jauh berbeda dengan yang sebelumnya. Konten-konten program yang sudah ada perlu untuk dikembangkan lebih kreatif lagi agar Swaragama menjadi *Top Of Mind brand* radio Yogyakarta, sesuai dengan visi – misinya.

3. Bagi peminat studi di bidang kompetisi media, terutama radio. Penelitian ini hanya fokus pada konten program siaran (*types of content*). Maka untuk menambah keberagaman bentuk penelitian, penelitian selanjutnya dapat meneliti tentang kompetisi radio yang fokus pada khalayak (*types of audience*) atau tentang pemasukan iklan (*types of capital*). Agar supaya

penelitian tentang kompetisi media banyak ragamnya tidak hanya tentang kontennya saja.



## DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- AlQur'an dan Terjemahannya. 2006. Kudus : Menara Kudus
- Devito, Joseph A. 1997. *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Professional Books
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya
- Ensiklopedi Nasional Indonesia Jilid 9. 1990. Jakarta : Cipta Adi Pustaka
- Kasiram. *Metodologi Penelitian Kualitatif Kuantitatif*. 2010. Malang : UIN-Maliki Press
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis, An Introduction to Its Methodology*. New Delhi : Sage Publications
- Masduki. 2005. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta; LKiS
- Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Morissan. 2011. *Manajemen Media Penyiaran*. Jakarta: Kencana
- Prasetya, Bambang, Lina Miftahul Jannah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sanityastuti, Marfuah Sri. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandar Lampung: Gunung Pesagi
- Suparyanto, Tri, S. Rahmat M. Arifin. 2012. *Directory Radio Dan Televisi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Komisi Penyiaran Indonesia Daerah (KPID) DIY
- Syahputra, Iswandi, Marfuah Sri Sanityastuti dan Abdul Rozak. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Pokja Akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Tischer, Stefan, et al. 2009. *Metode Analisis Teks dan Wacana*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Wiryanto. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Grasindo

**Jurnal :**

Herawati, F. Anita dan Setio Budi Handre Hardjana. Ekologi Media Radio Siaran di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Atmajaya Yogyakarta*, Vol.4 No. 2 Desember 2007

Sendjaja, Sasa Djuarsa. *Ekologi Media*. *Audientia Jurnal komunikasi*, Vol. 1 No. 2. April-Juni 1993

**Makalah :**

Sahana, Kecuk. 2012. *Program Siaran Radio*. Makalah disampaikan dalam Pelatihan Radio Komunitas “Kinerja dan Perizinan”, Komisi Penyiaran Indonesia Daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Yogyakarta, 2012

**Internet :**

[www.geronimo.fm](http://www.geronimo.fm) (akses 12 Juli 2013)

[www.swaragamajogja.com](http://www.swaragamajogja.com) (akses 12 Juli 2013)

**Skripsi :**

Akbar, Khairil. 2002. *Kompetisi Media massa Dalam Foto Berita (Aplikasi Teori Niche Dalam Penelitian Analisa Isi Foto Berita Pada Surat Kabar Solo Pos dan Bengawan Pos)*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi. Surakarta

Apriyani, Liesa. 2009. *Penyiaran Iklan dan Kompetisi Media*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Setyo, Bono. 1999. *Kompetisi Acara Sinetron Indonesia di Televisi (Analisis dan Aplikasi Niche Theory dan Uses and Gratifications dalam Penelitian Tentang Tingkat Kompetisi Acara Sinetron Indonesia di Televisi Swasta di*

*Kalangan Mahasiswa*). Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Padjadjaran  
Bandung



## Lampiran I

### 1. Kategori Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Format Siaran

No	Kategori	Program Siaran	Nama Program	Jam Siaran	Hari / Tanggal
1	Musik	Lagu-Lagu Indonesia	Chill Out Session	04.00-05.00	Senin, 24 Juni 2013
			Citra Kota	07.00-09.00	Senin, 24 Juni 2013
			Rolasan	12.00-13.00	Senin, 24 Juni 2013
			Barolasan	13.00-14.00	Senin, 24 Juni 2013
			Gita Pertiwi	17.00-19.00	Senin, 24 Juni 2013
			Chill Out Session	04.00-05.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Citra Kota	07.00-09.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Rolasan	12.00-13.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Barolasan	13.00-14.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Gita Pertiwi	17.00-19.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Chill Out Session	04.00-05.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Citra Kota	07.00-09.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Rolasan	12.00-13.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Barolasan	13.00-14.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Gita Pertiwi	17.00-19.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Chill Out Session	04.00-05.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Citra Kota	07.00-09.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Rolasan	12.00-13.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Barolasan	13.00-14.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Gita Pertiwi	17.00-19.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Chill Out Session	04.00-05.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Citra Kota	07.00-09.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Rolasan	12.00-13.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Barolasan	13.00-14.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Gita Pertiwi	17.00-19.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Chill Out Session	04.00-05.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Citra Kota	07.00-09.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Rolasan	12.00-13.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Barolasan	13.00-14.00	Sabtu, 29 Juni 2013

			Gita Pertiwi	17.00-19.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Chill Out Session	04.00-05.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Citra Kota	07.00-09.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Dasa Tembang Nusantara	12.00-13.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Barolasan	13.00-14.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Gita Pertiwi	17.00-19.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Terbaik-Terbaik	22.00-02.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Lagu-Lagu Internasional	Chill Out Session	02.00-04.00	Senin, 24 Juni 2013
			Indiana Zone	09.00-12.00	Senin, 24 Juni 2013
			Andrawina	19.00-21.00	Senin, 24 Juni 2013
			Chill Out Session	02.00-04.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Indiana Zone	09.00-12.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Musik Ngaso	14.00-17.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Andrawina	19.00-21.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Chill Out Session	02.00-04.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Indiana Zone	09.00-12.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Musik Ngaso	14.00-17.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Andrawina	19.00-21.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Chill Out Session	02.00-04.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Musik Ngaso	14.00-17.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Andrawina	19.00-21.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Chill Out Session	02.00-04.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Good Morning Youngster	05.00-06.45	Jum'at, 28 Juni 2013
			Indiana Zone	09.00-12.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Musik Ngaso	14.00-16.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Andrawina	19.00-21.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Chill Out Session	02.00-04.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Hello Weekend	05.00-07.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Indiana Zone	09.00-12.00	Sabtu, 29 Juni 2013

			Musik Ngaso	14.00-16.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Flight 1061	21.00-22.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Protocol Radio Identify	22.00-00.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			A State Of Trance	24.00-02.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Transitions	02.00-04.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Hello Weekend	05.00-07.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Geronimo's Top 40	09.00-12.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Lagu Campuran (Indonesia-Internasional)	Good Morning Youngster	05.00-06.45	Senin, 24 Juni 2013
			Hot Request	24.00-02.00	Senin, 24 Juni 2013
			Hot Request	24.00-02.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Good Morning Youngster	05.00-06.45	Rabu, 26 Juni 2013
			Apresiasi Musik	21.00-22.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Hot Request	24.00-02.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Good Morning Youngster	05.00-07.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Hot Request	24.00-02.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Blues Session	21.00-22.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Slow Rock Spesial	22.00-00.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Hot Request	24.00-02.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Hip Hop Fanastic	19.00-21.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Recycle Jam	15.00-16.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Reggae Spesial	19.00-21.00	Minggu, 30 Juni 2013
2.	Infotainment	Games	Good Morning Youngster (Morning Challenge-Selasa Menantang)	05.00-06.45	Selasa, 25 Juni 2013
		Curahan Hati	RelaXession	22.00-00.00	Senin, 24 Juni 2013

		(Curhat)			
			Radio Gelap	21.00-22.00	Selasa, 25 Juni 2013
			RelaXession	23.00-00.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Lain-lain	Wayang Semalam Suntut	22.00-00.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Kos-Kosan Gayam (drama komedi)	21.00-22.00	Rabu, 26 Juni 2013
3.	Diskusi Publik	Talkshow dengan artis nasional	Musik Ngaso (The Tour SUCI 3 bintang tamu Ari Kriting, Babe, dan lain-lain dari Stand Up Kompas TV)	14.00-17.00	Senin, 24 Juni 2013
			Indiana Zone (bintang tamu Citra Scholastika)	09.00-12.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Talkshow dengan Komunitas lokal	Angkringan Gayam (Talkshow FKY dengan ketua umum Setyo)	21.00-22.00	Senin, 24 Juni 2013
			Kobis (owner Mangroove Print, Ferry dan Kiki)	22.00-23.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Kedai 24 (theater Marathon)	22.00-24.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Sasisoma (sana sini soal agama)	16.00-17.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Rockin School	16.00-17.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Klinik 24	16.00-17.00	Minggu, 30 Juni 2013
4.	Berita dan Informasi	Berita	Good Morning Youngster	06.45-07.00	Senin, 24 Juni 2013
			Good Morning Youngster	06.45-07.00	Selasa, 25 Juni 2013

			Good Morning Youngster	06.45-07.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Good Morning Youngster	06.45-07.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Good Morning Youngster	06.45-07.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Informasi	G-Screen	14.00-15.00	Minggu, 30 Juni 2013

## 2. Kategori Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Bentuk Penyajian

No.	Kategori Siaran	Nama Program	Jam Siaran	Hari / Tanggal
1.	Musik dan Informasi	Indiana Zone	09.00-12.00	Senin, 24 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Apresiasi Musik	21.00-22.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Blues Session	21.00-22.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Recycle Jam	15.00-16.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Reggae Spesial	19.00-21.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Terbaik-Terbaik	22.00-02.00	Minggu, 30 Juni 2013
2.	Pengantar Pendengar	Musik Ngaso	14.00-17.00	Senin, 24 Juni 2013
		Angkringan Gayam	21.00-22.00	Senin, 24 Juni 2013
		RelaXession	22.00-00.00	Senin, 24 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Radio Gelap	21.00-22.00	Selasa, 25 Juni 2013
		KoBis	22.00-23.00	Selasa, 25 Juni 2013
		RelaXession	23.00-00.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Wayang Semalam Suntut	22.00-00.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Kos-Kosan Gayam	21.00-22.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Kedai 24	22.00-00.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Rockin School	16.00-17.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Hip Hop Fanastic	19.00-21.00	Sabtu, 29 Juni 2013

		Flight 1061	21.00-22.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Protocol Radio	22.00-00.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		A State Of Trance	24.00-02.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Transitions	02.00-04.00	Minggu, 30 Juni 2013
		G-Screen	14.00-15.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Klinik 24	16.00-17.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Ajang Musikal	21.00-22.00	Minggu, 30 Juni 2013
3.	Pilihan Pendengar	Chill Out Session	02.00-04.00	Senin, 24 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Senin, 24 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Senin, 24 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Senin, 24 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Senin, 24 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Senin, 24 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Senin, 24 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Senin, 24 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Senin, 24 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Kamis, 27 Juni 2013

		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Slow Rock Special	22.00-00.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Hello Weekend	05.00-07.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-16.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Hello Weekend	05.00-07.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Minggu, 30 Juni 2013
4.	Tangga Lagu	Geronimo's Top 40	09.00-12.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Dasa Tembang	12.00-13.00	Minggu, 30 Juni 2013

### 3. Kategori Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Waktu Penyajian

No.	Program Siaran	Nama Program	Jam Siaran	Hari / Tanggal
1.	Pagi	Chill Out Session	02.00-04.00	Senin, 24 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Senin, 24 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Senin, 24 Juni 2013

		Citra Kota	07.00-09.00	Senin, 24 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Senin, 24 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Senin, 24 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Good Morning Youngster	05.00-07.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Hot Request	24.00-02.00	Jumat, 28 Juni 2013
		Chill Out Session	02.00-04.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Sabtu, 29 Juni 2013

		Hello Weekend	05.00-07.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Indiana Zone	09.00-12.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		A State Of Trance	24.00-02.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Transitions	02.00-04.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Chill Out Session	04.00-05.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Hello Weekend	05.00-07.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Citra Kota	07.00-09.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Geronimo's Top 40	09.00-12.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Terbaik-Terbaik	22.00-02.00	Minggu, 30 Juni 2013
2.	Siang	Rolasan	12.00-13.00	Senin, 24 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Senin, 24 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Jum'at 28 Juni 2013
		Rolasan	12.00-13.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Dasa Tembang	12.00-13.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Barolasan	13.00-14.00	Minggu, 30 Juni 2013
3.	Sore	Musik Ngaso	14.00-17.00	Senin, 24 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Senin, 24 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-17.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Musik Ngaso	14.00-16.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Rockin School	16.00-17.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		G-Screen	14.00-15.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Recycle Jam	15.00-16.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Klinik 24	16.00-17.00	Minggu, 30 Juni 2013

		Gita Pertiwi	17.00-19.00	Minggu, 30 Juni 2013
4.	Malam	Andrawina	19.00-21.00	Senin, 24 Juni 2013
		Angkringan Gayam	21.00-22.00	Senin, 24 Juni 2013
		RelaxeSession	22.00-00.00	Senin, 24 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Radio Gelap	21.00-22.00	Selasa, 25 Juni 2013
		KoBis	22.00-23.00	Selasa, 25 Juni 2013
		RelaxeSession	23.00-00.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Apresiasi Musik	21.00-22.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Wayang Semalam Suntut	22.00-00.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Kos-Kosan Gayam	21.00-22.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Kedai 24	22.00-00.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Andrawina	19.00-21.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Blues Session	21.00-22.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Slow Rock	22.00-00.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Hip Hop Fanastic	19.00-21.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Flight 1061	21.00-22.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Protocol Radio	22.00-00.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Reggae Spesial	19.00-21.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Ajang Musikal	21.00-22.00	Minggu, 30 Juni 2013

## Lampiran II

### 1. Kategori Masing-Masing Program Siaran Swaragama FM

No	Kategori	Program Siaran	Nama Program	Jam Siaran	Hari/Tanggal
1.	Musik	Lagu-Lagu Indonesia	Indoklimaxx	12.02-14.00	Senin, 24 Juni 2013
			Zona Persada	19.00-21.00	Senin, 24 Juni 2013
			Indoklimaxx	12.02-14.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Zona Persada	19.00-21.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Indoklimaxx	12.02-14.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Zona Persada	19.00-21.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Zona Persada	19.00-21.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Indoklimaxx	12.02-14.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Persada 20	12.02-13.30	Sabtu, 29 Juni 2013
			Jogja Pagi Weekend	05.00-08.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Lagu-Lagu Internasional	After Lunch	14.02-16.00	Senin, 24 Juni 2013
			After Lunch	14.02-16.00	Selasa, 25 Juni 2013
			After Lunch	14.02-16.00	Rabu, 26 Juni 2013
			After Lunch	14.02-16.00	Kamis, 27 Juni 2013
			After Lunch	14.02-16.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Weekly Top 24	15.00-16.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Lagu Campuran (Indonesia-Internasional)	Insomnia	00.00-05.00	Senin, 24 Juni 2013
			Workaccino	08.00-10.00	Senin, 24 Juni 2013
			Workaccino	10.02-12.00	Senin, 24 Juni 2013
			Sunset Drive	16.02-18.00	Senin, 24 Juni 2013
			Sunset Drive	18.02-19.00	Senin, 24 Juni 2013
			Insomnia	00.00-05.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Sunset Drive	16.02-18.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Sunset Drive	18.02-19.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Dreamland	21.00-24.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Insomnia	00.00-05.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Workaccino	08.00-10.00	Rabu, 26 Juni 2013

			Workaccino	10.02-12.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Sunset Drive	16.02-18.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Sunset Drive	18.02-19.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Dreamland	21.00-24.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Insomnia	00.00-05.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Workaccino	08.00-10.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Workaccino	10.02-12.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Sunset Drive	16.02-18.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Sunset Drive	18.02-19.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Dreamland	21.00-24.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Insomnia	00.00-05.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Workkaccino	08.00-10.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Workkaccino	10.02-12.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Sunset Drive	16.02-18.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Sunset Drive	18.02-19.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Insomnia	00.00-05.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Weequest	16.00-19.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Rock Of Fame	19.00-21.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Cozy Corner	21.00-22.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Insomnia	00.00-05.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Weequest	10.00-14.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Ichigo	14.00-16.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Weequest	16.00-19.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Cozy Corner	21.00-22.00	Minggu, 30 Juni 2013
			Slow Rock Cafe	22.00-24.00	Minggu, 30 Juni 2013
2.	Infotainment	Games	Jogja Pagi (Your Friens)	05.00-07.30	Senin, 24 Juni 2013
			Jogja Pagi (Your Friens)	05.00-08.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Jogja Pagi (Your Friens)	05.00-08.00	Kamis, 27 Juni 2013
			Jogja Pagi Weekend	05.00-08.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Curahan Hati (Curhat)	Saturday Nite Love	22.00-24.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Lain-Lain	K-Season	08.00-10.00	Minggu, 30 Juni

					2013
3.	Diskusi Publik	Talkshow dengan Artis Nasional	Workkaccino (The Tour SUCI 3, StandUp Kompas TV)	08.00-10.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Workkaccino (The Tour SUCI 3, StandUp Kompas TV)	10.02-12.00	Selasa, 25 Juni 2013
			Indoklimaxx (Citra Scholastika)	12.02-14.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Talkshow dengan Komunitas Lokal	Dreamland (FKY mas Tio & Mbak Sekar)	21.00-24.00	Senin, 24 Juni 2013
			Zona Persada (Insecure StandUp Comedy FIB UGM)	19.00-21.00	Jum'at, 28 Juni 2013
			Jogjakarya	19.00-21.00	Minggu, 30 Juni 2013
4.	Berita dan Informasi	Berita	Swaragama Updates	10.00-10.02	Senin, 24 Juni 2013
			Swaragama Updates	12.00-12.02	Senin, 24 Juni 2013
			Swaragama Updates	14.00-14.02	Senin, 24 Juni 2013
			Swaragama Updates	16.00-16.02	Senin, 24 Juni 2013
			Swaragama Updates	18.00-18.02	Senin, 24 Juni 2013
			Swaragama Updates	10.00-10.02	Selasa, 25 Juni 2013
			Swaragama	12.00-12.02	Selasa, 25 Juni 2013

			Updates		
			Swaragama Updates	14.00-14.02	Selasa, 25 Juni 2013
			Swaragama Updates	16.00-16.02	Selasa, 25 Juni 2013
			Swaragama Updates	18.00-18.02	Selasa, 25 Juni 2013
			Swaragama Updates	10.00-10.02	Rabu, 26 Juni 2013
			Swaragama Updates	12.00-12.02	Rabu, 26 Juni 2013
			Swaragama Updates	14.00-14.02	Rabu, 26 Juni 2013
			Swaragama Updates	16.00-16.02	Rabu, 26 Juni 2013
			Swaragama Updates	18.00-18.02	Rabu, 26 Juni 2013
			Swaragama Updates	10.00-10.02	Kamis, 27 Juni 2013
			Swaragama Updates	12.00-12.02	Kamis, 27 Juni 2013
			Swaragama Updates	14.00-14.02	Kamis, 27 Juni 2013
			Swaragama Updates	16.00-16.02	Kamis, 27 Juni 2013
			Swaragama Updates	18.00-18.02	Kamis, 27 Juni 2013
			Swaragama Updates	10.00-10.02	Jum'at, 28 Juni 2013
			Swaragama Updates	12.00-12.02	Jum'at, 28 Juni 2013

			Swaragama Updates	14.00-14.02	Jum'at, 28 Juni 2013
			Swaragama Updates	16.00-16.02	Jum'at, 28 Juni 2013
			Swaragama Updates	18.00-18.02	Jum'at, 28 Juni 2013
			Swaragama Updates	10.00-10.02	Sabtu, 29 Juni 2013
			Swaragama Updates	12.00-12.02	Sabtu, 29 Juni 2013
			Swaragama Updates	14.00-14.02	Sabtu, 29 Juni 2013
		Informasi / Tips	Easy English	07.30-08.00	Senin, 24 Juni 2013
			Jogja Pagi-Your Health with Denny Santoso setiap Rabu	05.00-08.00	Rabu, 26 Juni 2013
			Jogja Pagi-Your Friends (info Jogja Fashion Week)	05.00-08.00	Jum'at 28 Juni 2013
			Dreamland (info Geek 101)	21.00-24.00	Jum'at 28 Juni 2013
			Workkacino (FKY 25)	08.00-10.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Workkacino (FKY 25)	10.02-12.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Cinemanian	13.30-14.00	Sabtu, 29 Juni 2013
			Cinemanian	14.02-15.00	Sabtu, 29 Juni 2013

## 2. Kategori Program Siaran Geronimo FM Berdasarkan Bentuk Penyajian

No.	Kategori Siaran	Nama Program	Jam Siaran	Hari / Tanggal
1.	Musik dan Informasi	Sunset Drive	16.00-19.00	Senin, 24 Juni 2013
		Sunset Drive	16.00-19.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Sunset Drive	16.00-19.00	Rabu, 26 Juni 2013

		Sunset Drive	16.00-19.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Sunset Drive	16.00-19.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Rock Of Fame	19.00-21.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Cozy Corner	21.00-22.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Cozy Corner	21.00-22.00	Minggu, 30 Juni 2013
2.	Pengantar Pendengar	Your Friends	05.00-07.30	Senin, 24 Juni 2013
		Easy English	07.30-08.00	Senin, 24 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Senin, 24 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Workkacino	08.00-10.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Jogja Pagi	05.00-08.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Workkacino	08.00-12.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Cinemanial	13.30-15.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Saturday Nite Love	22.00-24.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Jogjakarya	19.00-21.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Slow Rock Cafe	22.00-24.00	Minggu, 30 Juni 2013
3.	Pilihan Pendengar	Insomnia	00.00-05.00	Senin, 24 Juni 2013
		Workkacino	08.00-12.00	Senin, 24 Juni 2013
		Indoklimax	12.00-14.00	Senin, 24 Juni 2013
		After Lunch	14.00-16.00	Senin, 24 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Senin, 24 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Indoklimax	08.00-12.00	Selasa, 25 Juni 2013
		After Lunch	14.00-16.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Workkacino	08.00-12.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Indoklimax	12.00-14.00	Rabu, 26 Juni 2013
		After Lunch	14.00-16.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Workkacino	08.00-12.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Indoklimax	12.00-14.00	Kamis, 27 Juni 2013

		After Lunch	14.00-16.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Workaccino	08.00-12.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Indoklimax	12.00-14.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		After Lunch	14.00-16.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Weequest	16.00-19.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Jogja Pagi	05.00-08.00	Minggu, 30 Juni 2013
		K-Season	08.00-10.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Weequest	10.00-14.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Ichigo	14.00-16.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Weequest	16.00-19.00	Minggu, 30 Juni 2013
4.	Tangga Lagu	Persada 20	12.00-13.30	Sabtu, 29 Juni 2013
		Weekly Top 24	15.00-16.00	Sabtu, 29 Juni 2013

### 3. Kategori Program Siaran Swaragama FM Berdasarkan Waktu Penyajian

No.	Program Siaran	Nama Program	Jam Siaran	Hari / Tanggal
1.	Pagi	Insomnia	00.00-05.00	Senin, 24 Juni 2013
		Your Friends	05.00-07.30	Senin, 24 Juni 2013
		Easy English	07.30-08.00	Senin, 24 Juni 2013
		Workaccino	08.00-10.00	Senin, 24 Juni 2013
		Swaragama Updates	10.00-10.02	Senin, 24 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Workaccino	08.00-10.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Swaragama Updates	10.00-10.02	Selasa, 25 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Workaccino	08.00-10.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Swaragama Updates	10.00-10.02	Rabu, 26 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Workaccino	08.00-10.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Swaragama Updates	10.00-10.02	Kamis, 27 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Your Friends	05.00-08.00	Jum'at, 28 Juni 2013

		Workaccino	08.00-10.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Swaragama Updates	10.00-10.02	Jum'at, 28 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Jogja Pagi Weekend	05.00-08.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Workaccino	08.00-10.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Swaragama Updates	10.00-10.02	Sabtu, 29 Juni 2013
		Insomnia	00.00-05.00	Minggu, 31 Juni 2013
		Jogja Pagi Weekend	05.00-08.00	Minggu, 31 Juni 2013
		K-Season	08.00-10.00	Minggu, 31 Juni 2013
2.	Siang	Workaccino	10.02-12.00	Senin, 24 Juni 2013
		Swaragama Updates	12.00-12.02	Senin, 24 Juni 2013
		Indoklimax	12.02-14.00	Senin, 24 Juni 2013
		Swaragama Updates	14.00-14.02	Senin, 24 Juni 2013
		Workaccino	10.02-12.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Swaragama Updates	12.00-12.02	Selasa, 25 Juni 2013
		Indoklimax	12.02-14.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Swaragama Updates	14.00-14.02	Selasa, 25 Juni 2013
		Workaccino	10.02-12.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Swaragama Updates	12.00-12.02	Rabu, 26 Juni 2013
		Indoklimax	12.02-14.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Swaragama Updates	14.00-14.02	Rabu, 26 Juni 2013
		Workaccino	10.02-12.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Swaragama Updates	12.00-12.02	Kamis, 27 Juni 2013
		Indoklimax	12.02-14.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Swaragama Updates	14.00-14.02	Kamis, 27 Juni 2013
		Workaccino	10.02-12.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Swaragama Updates	12.00-12.02	Jum'at, 28 Juni 2013
		Indoklimax	12.02-14.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Swaragama Updates	14.00-14.02	Jum'at, 28 Juni 2013

		Workaccino	10.02-12.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Swaragama Updates	12.00-12.02	Sabtu, 29 Juni 2013
		Persada 20	12.02-13.30	Sabtu, 29 Juni 2013
		Cinemia	13.30-14.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Swaragama Updates	14.00-14.02	Sabtu, 29 Juni 2013
		Weequest	10.00-14.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Ichigo	14.00-16.00	Minggu, 30 Juni 2013
3.	Sore	After Lunch	14.02-16.00	Senin, 24 Juni 2013
		Swaragama Updates	16.00-16.02	Senin, 24 Juni 2013
		Sunset Drive	16.02-18.00	Senin, 24 Juni 2013
		Swaragama Updates	18.00-18.02	Senin, 24 Juni 2013
		After Lunch	14.02-16.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Swaragama Updates	16.00-16.02	Selasa, 25 Juni 2013
		Sunset Drive	16.02-18.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Swaragama Updates	18.00-18.02	Selasa, 25 Juni 2013
		After Lunch	14.02-16.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Swaragama Updates	16.00-16.02	Rabu, 26 Juni 2013
		Sunset Drive	16.02-18.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Swaragama Updates	18.00-18.02	Rabu, 26 Juni 2013
		After Lunch	14.02-16.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Swaragama Updates	16.00-16.02	Kamis, 27 Juni 2013
		Sunset Drive	16.02-18.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Swaragama Updates	18.00-18.02	Kamis, 27 Juni 2013
		After Lunch	14.02-16.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Swaragama Updates	16.00-16.02	Jum'at, 28 Juni 2013
		Sunset Drive	16.02-18.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Swaragama Updates	18.00-18.02	Jum'at, 28 Juni 2013
		Cinemia	14.02-15.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Weekly Top 24	15.00-16.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Weequest	16.00-19.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Weequest	16.00-19.00	Minggu, 30 Juni 2013

4.	Malam	Sunset Drive	18.02-19.00	Senin, 24 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Senin, 24 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Senin, 24 Juni 2013
		Sunset Drive	18.02-19.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Selasa, 25 Juni 2013
		Sunset Drive	18.02-19.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Rabu, 26 Juni 2013
		Sunset Drive	18.02-19.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Kamis, 27 Juni 2013
		Sunset Drive	18.02-19.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Zona Persada	19.00-21.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Dream Land	21.00-24.00	Jum'at, 28 Juni 2013
		Rock Of Fame	19.00-21.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Cozy Corner	21.00-22.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Saturday Nite Love	22.00-24.00	Sabtu, 29 Juni 2013
		Jogjakarya	19.00-21.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Cozy Corner	21.00-22.00	Minggu, 30 Juni 2013
		Slow Rock	22.00-24.00	Minggu, 30 Juni 2013