

STRATEGI KREATIF PRODUSER DALAM MENYAJIKAN HIBURAN DAN INFORMASI MELALUI SEGMENT PROGRAM 'SRIWEDARI' DI SOLO RADIO

Yusi Fauzani¹, Rici Tri Harpin Pranata²

email: onlyyusi@apps.ipb.ac.id¹, ricitriha@apps.ipb.ac.id²

Institut Pertanian Bogor

Abstrak: Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat pesat telah menimbulkan tantangan besar bagi media konvensional, termasuk radio, dalam mempertahankan eksistensi dan relevansinya di tengah kemunculan berbagai platform digital baru. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peran serta strategi kreatif produser dalam menyajikan hiburan dan informasi melalui segmen program "Sriwedari" di Solo Radio. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produser memiliki peran sentral sebagai pengarah ide, perancang konten, dan penghubung antara penyiar serta pendengar. Strategi kreatif yang diterapkan meliputi pemilihan tema yang relevan dengan kebutuhan pendengar muda, pengemasan konten dalam segmen-segmen menarik seperti Morning Wish, Ngegass, dan Sarapunk, serta pemanfaatan interaksi dua arah melalui media sosial. Pendekatan ini tidak hanya menjaga loyalitas pendengar, tetapi juga mampu membentuk agenda publik sesuai prinsip teori agenda setting. Dengan demikian, produser berperan penting dalam memastikan program tetap diminati dan mampu bersaing di era digital melalui inovasi, adaptasi, dan kolaborasi tim yang solid.

Kata Kunci: Radio, Strategi Kreatif, Produser, Hiburan, Informasi, Agenda Setting, Solo Radio, Program Sriwedari.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi yang sangat cepat telah memberikan dampak signifikan terhadap industri media, terutama media konvensional seperti radio, koran, majalah, dan televisi. Radio sebagai salah satu media konvensional masih tetap bertahan ditengah perkembangan teknologi yang semakin canggih. Radio merupakan media komunikasi massa yang populer di kalangan masyarakat Indonesia dalam memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi (Sofy, et al., 2023). Radio menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensinya, terutama munculnya berbagai platform media baru yang mengubah cara pendengar dalam mengonsumsi informasi dan hiburan. Pemenuhan kebutuhan informasi untuk pendengar menjadi tantangan bagi radio untuk tetap bertahan. Berbagai macam strategi dan analisis perlu dilakukan dalam mewujudkan kesuksesan radio.

Radio menawarkan pengalaman interaksi yang unik antara penyiar dan pendengar. Penyampaian pesan di radio dapat menggunakan dua komunikasi yaitu komunikasi satu arah dan komunikasi dua arah (Kustiawan et al., 2024). Komunikasi yang baik diperlukan untuk menarik minat pendengar. Selama siaran berlangsung, penyiar hadir sebagai teman bagi pendengar, meskipun radio menjangkau jutaan orang sekaligus, penyiar mampu menciptakan kesan percakapan personal dengan setiap individu pendengar (Miranda et al., 2020). Sebagai media massa, radio siaran memiliki tanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan komprehensif kepada masyarakat mengenai lingkungan sosial di sekitar mereka, maka kesuksesan

suatu program radio membutuhkan kolaborasi dari berbagai divisi, mulai dari tim produser yang merancang ide-ide program, tim marketing yang mempromosikan konten, hingga para penyiar yang menghidupkan program.

Serupa dengan organisasi media massa lainnya, radio juga menerapkan manajemen media yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memastikan keberhasilan operasionalnya. Produser memiliki peran penting atas suksesnya suatu program radio. Produser radio merupakan komunikator yang mengkoordinasi gagasan, konsep, dan ide menjadi materi yang siap disampaikan oleh penyiar atau host dalam sebuah program (Yuliacitra, 2021). Produser memegang peranan kunci dalam memastikan setiap program siaran selaras dengan kebutuhan audiens sekaligus mendukung tujuan strategis perusahaan. Produser memiliki peran penting dalam menciptakan konten program yang menarik, sehingga menghasilkan daya tarik unik yang mendorong pendengar atau penonton untuk terus mengikuti program tersebut (Denansyah, 2021). Program radio yang menarik perhatian pendengar menghadirkan tantangan berupa pemenuhan beragam kebutuhan dan minat pendengar, persaingan ketat antar program radio, serta menjaga kualitas program secara berkelanjutan (Hastuti, et al., 2023). Tantangan yang datang dapat diatasi dengan dengan inovasi, kreativitas, dan adaptasi dengan perkembangan.

Beberapa radio di Indonesia memiliki karakteristik pendengar yang berbeda-beda, mulai dari radio pendidikan, anak-anak, dan anak muda. Salah satu radio anak muda yang masih setia menemani pendengar sampai saat ini ialah, Solo Radio. Solo Radio adalah radio anak muda dengan channel 92,9 FM ini memiliki tagline yaitu "Famous, Fit, and Fashionable Station In The City" dengan slogan "Keep Solo Comfort. Solo Radio memiliki sapaan untuk para pendengarnya yaitu "Solo Lovers". Program yang disajikan oleh Solo Radio beragam yaitu prime time, regular time, dan special program. Salah satu program prime time di pagi hari ialah program Sriwedari. Sriwedari adalah program pagi prime time yang paling banyak pendengarnya. Sriwedari merupakan akronim dari Solo Radio Di Pagi Hari, mengangkat salah satu tempat destinasi ikonik di kota Solo, sebagai nama Program Pagi Solo Radio, agar lebih mudah diingat dan menjadi kenangan tersendiri bagi mereka yang pernah singgah dan tinggal di Kota Solo. Program Sriwedari memiliki 3 segmen yaitu MORNING WISH, NGE GAS (Ngajak Gabung Sololovers) dan SARAPUNK (Sangat Rekomendasi unpredictable). Solo Radio memiliki struktur managerial yaitu salah satunya bagian produser. Tugas produser Solo Radio ialah membantu penyiar saat melakukan on-air, mulai dari menyiapkan materi untuk menjadi bahan siar penyiar, dan juga menghubungkan antara pendengar dengan penyiar melalui konten di media sosial, dan merekam program.

Tugas produser di Solo Radio merupakan salah satu bagian penting untuk terlaksananya program siaran, terutama program prime time "Sriwedari". Keterampilan dan pemikiran kreatif dibutuhkan untuk menunjang tugas sebagai produser dengan baik. Produser memiliki peran dalam perencanaan program, produksi, implementasi, serta pengawasan dan evaluasi. Produser juga harus memberikan strategi untuk kualitas siaran terbaik, termasuk pemilihan materi dan segmen. Berdasarkan latar belakang ini, maka disusun laporan magang berjudul "Strategi Kreatif Produser Dalam Menyajikan Hiburan dan Informasi Melalui Segmen Program "Sriwedari" di Solo Radio".

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana peran produser pada segmen program "Sriwedari" di Solo Radio?"

dan "Bagaimana strategi kreatif yang diterapkan oleh produser dalam menyajikan hiburan dan informasi pada segmen program "Sriwedari" di Solo Radio?". Tujuan dari penelitian ini adalah: **"Untuk mengetahui peran produser pada segmen program "Sriwedari" di Solo Radio."** dan **"Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi kreatif produser dalam menyajikan hiburan dan informasi ringan pada segmen program "Sriwedari" di Solo Radio."**

METODE PENELITIAN

Teknik pengumpulan data merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dan informasi yang dibutuhkan. Adapun proposal magang ini, digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Partisipasi Aktif

Peneliti terlibat dalam kegiatan magang untuk memahami proses suatu aktivitas secara langsung di lapangan. Teknik pengumpulan data dalam kegiatan magang, seperti menulis script radio, membuat konten, membuat pertanyaan, mendokumentasikan, dan mengedit kegiatan talkshow, membuat konten siaran, dan menjadi operator.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data oleh peneliti atau kolaborator dengan mencatat informasi berdasarkan apa yang dilihat langsung selama di lapangan (Hasibuan et al., 2023). Observasi dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung terkait pekerjaan divisi produser di Solo Radio.

3. Wawancara

Wawancara adalah teknik yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan narasumber, memungkinkan peneliti menggali informasi mendalam seperti pandangan, pengalaman, atau opini narasumber. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk mengidentifikasi masalah penelitian dan menggali informasi mendalam dari responden. Wawancara dilakukan dengan divisi produser dan pentar di Solo Radio.

4. Studi Literatur

Studi literatur merupakan proses pengumpulan data pustaka melalui kegiatan membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian yang relevan. Studi literatur digunakan ketika sudah menentukan topik penelitian dan rumusan masalah, serta membantu pengumpulan data di lapangan. Studi literatur umumnya dilakukan dengan membaca dan menelaah literatur relevan secara sistematis, kemudian dianalisis dan diinterpretasikan sesuai dengan tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Produser dalam Segmen Program "Sriwedari" di Solo Radio

Produser dalam segmen program "Sriwedari" yang merupakan program prime time memegang peran penting sebagai pengatur arah dan kualitas keseluruhan program. Produser bertanggung jawab atas semua tahapan produksi, mulai dari perencanaan konsep siaran, penyusunan naskah, hingga pelaksanaan siaran secara langsung. Seorang produser memiliki tanggung jawab penuh dalam merancang, mempersiapkan, dan mengembangkan program yang telah disusun dan disetujui bersama (Utami, et.al, 2024). Produser memastikan bahwa seluruh elemen yaitu script dan konten media sosial dalam program berjalan selaras dengan tujuan program dan kebutuhan audiens. Salah satu

tanggung jawab produser adalah menyusun segmen isi program yang memiliki tiga segmen yaitu, Morning Wish, Ngegas (Ngajak Gabung Sololovers) , dan Sarapunk (Sangat Rekomendasi dan Unpredictable) disertai dua berita lokal dan nasional. Produser memetakan konten menjadi beberapa bagian, seperti berita ringan, informasi kekinian, serta segmen hiburan yang dikemas santai namun tetap relevan. Peran produser juga bertindak sebagai pengarah bagi penyiar agar gaya penyampaian mereka tetap sesuai dengan karakter program, yakni ringan, informatif, dan komunikatif.

Kerja kolaboratif produser bersama penyiar, tidak hanya memberi instruksi satu arah, melainkan membuka ruang diskusi untuk mengembangkan ide siaran bersama penyiar. Peran produser, khususnya dalam media radio, memiliki peran penting terhadap keseluruhan program yang akan diproduksi (Haspiaini, et.al 2022). Dengan demikian, penyiar memiliki andil kreatif dalam menyampaikan sudut pandanganya terhadap suatu isu, membuat dinamika siaran menjadi lebih hidup dan tidak kaku. Produser juga menjadi penghubung antara program siaran dengan tim media sosial dengan memastikan bahwa materi siaran dapat dikembangkan menjadi konten visual seperti reels dan poster untuk kebutuhan promosi dan engagement di Instagram. Tanggung jawab produser menunjukkan bahwa tidak hanya bekerja di balik layar radio, tetapi juga memperluas jangkauan program melalui media digital.

Strategi Kreatif Produser dalam Menyajikan Hiburan dan Informasi pada Segmen Program “Sriwedari”

Produser menerapkan berbagai strategi kreatif dalam pengembangan isi siaran, salah satu strategi utama adalah dengan menjadikan tren media sosial sebagai sumber inspirasi, kemudian mengadaptasinya agar sesuai dengan karakter program dan pendengarnya. Produser secara aktif memantau isu yang sedang naik di dunia digital dan mengolahnya menjadi bahasan yang ringan namun tetap informatif dikarenakan program ini ialah program di pagi hari. Penyiar diajak untuk memberikan pandangan pribadi mereka terhadap topik yang dibahas, sehingga pembahasan terasa lebih dekat dan natural. Strategi ini bertujuan membuat pendengar merasa seolah mendengarkan obrolan akrab, bukan ceramah formal. Gaya bahasa juga menjadi bagian dari strategi kreatif. Naskah yang disusun oleh produser dengan pendekatan tutur yang santai, fleksibel, dan disesuaikan dengan kepribadian penyiar.

Produser sengaja memberikan ruang improvisasi agar penyiar bisa membawakan materi dengan lebih ekspresif, terutama untuk segmen hiburan yang terdapat pada segmen “Ngegas” dan “Sarapunk. Segmen berita yang bernama “Pagi-pagi update” dan “Solar (Solo Raya)” yang berisi informasi media yang ramai dengan isu-isu politik atau berita berat disiasati dengan memutar sudut pandang dengan cara membahas cerita ringan tentang kebiasaan masyarakat dalam menyikapi berita atau komparasi lucu yang tetap menyentil namun tidak memicu perdebatan diangkat sebagai alternatif agar program ini tidak terkesan serius. Pendekatan ini menjadi strategi untuk menjaga keseimbangan antara aktualitas dan suasana positif di pagi hari. Sebuah program radio yang mampu menarik perhatian pendengar perlu didukung oleh kepercayaan dan integritas yang kuat (Hastati dan Widodo, 2023). Strategi kreatif lainnya juga diterapkan dalam memperluas konten ke media sosial. Setiap siaran dipastikan memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi visual singkat yang menarik di Instagram, agar segmen dalam program “Sriwedari” tetap relevan dengan kebiasaan audiens muda yang lebih sering mengakses konten melalui platform digital.

Peran Penyiar dalam Menyampaikan Pesan dan Membangun Interaksi dengan Pendengar

Peran penyiar dalam segmen program "Sriwedari" menjadi elemen penting dalam menjaga kesinambungan siaran serta membangun hubungan emosional dengan pendengar. Penyiar memiliki tanggung jawab lebih dari sekadar menyampaikan informasi. Keikutsertaan dalam membentuk iklim siaran yang akrab dan menyenangkan menjadi langkah awal dalam membangun ikatan emosional dengan audiens. Upaya menyesuaikan gaya komunikasi juga terus dilakukan, khususnya untuk menyampaikan humor tanpa terkesan berlebihan atau "cringe". Persiapan sebelum siaran mencakup penyesuaian karakter pembawaan dengan identitas program. Gaya bicara yang santai dan semangat dipilih agar mampu menghadirkan suasana yang segar di pagi hari. Penyiar juga memanfaatkan isu-isu terkini yang relevan sebagai bahan pembahasan, yang kemudian dikaitkan dengan gaya bahasa yang ringan dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan pendengar, walaupun materi siaran banyak disiapkan oleh tim produser, penyiar turut aktif mencari referensi dari media sosial dan tren populer.

Tantangan penyiar dalam menyampaikan informasi yang cenderung berat, penyiar berinisiatif menyisipkan elemen hiburan seperti musik atau gaya penyampaian yang ringa, strategi tersebut dipilih untuk menjaga ritme siaran tetap nyaman dan tidak membebani pendengar. Penyiar turut mengambil peran dalam mendidik pendengar melalui informasi-informasi yang bermanfaat namun disampaikan secara komunikatif, bukan menggurui. Ketika ada ruang untuk berkreasi, penyiar memberikan masukan seperti usulan penggantian backsound atau ide segmen tambahan untuk meningkatkan daya tarik program. Diskusi dan koordinasi dilakukan sebelum siaran dimulai, sebagai bentuk tanggung jawab bersama atas kualitas isi dan penyampaian. Kolaborasi produser dan penyiar memperkuat posisi penyiar tidak hanya sebagai pengisi suara, melainkan juga sebagai mitra kerja kreatif dalam produksi program. Kesiapan teknis dan emosional, yang dibangun melalui kerja sama tim dan kreativitas personal, menjadi kunci keberhasilan dalam menjalankan peran tersebut.

Implikasi Teori Agenda Setting dalam Praktik Penyusunan Program "Sriwedari"

Produser "Sriwedari" memainkan peran sebagai penentu isu-isu penting yang akan disampaikan kepada publik serta menentukan bagaimana isu tersebut dikemas, sesuai dengan konteks teori agenda setting dikarenakan terdapat banyak segmen yang perlu disampaikan kepada pendengar. Produser menerapkan prinsip ini dengan cermat dalam memilih topik siaran, berdasarkan pertimbangan terhadap kepentingan publik, aktualitas, dan segmentasi pendengar. Pemilihan berita atau fenomena yang sedang ramai di media sosial menjadi salah satu bentuk implementasi agenda setting isu politik yang berpotensi mengganggu suasana pagi hari sengaja dihindari. Sebagai gantinya, produser menyajikan berita ringan dan positif dipilih untuk menjaga suasana hati audiens tetap baik.

Sudut pandang yang berbeda dari media arus utama disusun dalam proses pemilihan isu. Topik-topik sederhana dari keseharian, seperti nama jalan unik atau kebiasaan masyarakat lokal, diangkat dengan pendekatan kreatif dan gaya bertutur yang informatif, namun santai. Pendekatan ini mencerminkan teori agenda setting, yang dimana produser tidak hanya memilih isu, tetapi juga mbingkainya agar menarik perhatian publik dengan cara yang khas. Nilai edukatif disisipkan dalam setiap topik yang disajikan produser. Penyampaian informasi dirancang untuk membentuk opini dan pola pikir pendengar secara halus melalui narasi siaran. Dengan pendekatan ini, segmen dalam program "Sriwedari" tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai segmen yang informatif.

KESIMPULAN

Peran produser dalam segmen program “Sriwedari” di Solo Radio sangat penting dalam menjamin keberlangsungan dan kualitas siaran. Produser bertanggung jawab penuh atas perencanaan, penyusunan, pelaksanaan, serta evaluasi program agar tetap relevan dan diminati oleh pendengar. Tidak hanya mengatur teknis produksi, produser juga menjadi pengarah isi, penghubung antardivisi, dan penjaga konsistensi karakter program.

Strategi kreatif yang diterapkan produser dalam program “Sriwedari” meliputi pemilihan isu yang aktual namun ringan, penyusunan gaya bertutur yang santai dan komunikatif, serta pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan audiens. Produser memanfaatkan tren media sosial sebagai sumber inspirasi, kemudian membungkusnya dalam bentuk siaran yang menghibur sekaligus informatif. Kolaborasi erat dengan penyiar juga menjadi kunci untuk menciptakan siaran yang natural dan membangun kedekatan emosional dengan pendengar. Penerapan teori agenda setting terlihat jelas dari bagaimana produser menentukan topik yang dianggap penting untuk disampaikan, serta bagaimana isu tersebut dikemas.

Melalui pendekatan kreatif, produser mampu menyisipkan nilai edukatif dalam setiap segmen tanpa kehilangan unsur hiburan. Dengan demikian, segmen dalam program “Sriwedari” tidak hanya menjadi sumber hiburan pagi hari, tetapi juga berperan sebagai media pembelajaran sosial yang ringan dan menyenangkan bagi pendengarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. 2015. Radio Sebagai Sarana Media Massa Elektronik. *AT-TABSYIR: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 3(2), 233–254.
- Albyansyah, M. I., & Habibi, M. 2023. Strategi Program Streetlife Radio Music 107,50 Fm Dalam Mempertahankan Loyalitas Pendengar Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(1), 53. <https://doi.org/10.24853/jbk.1.1.2023.53-60>
- Ali, S. U. 2021. Persepsi Masyarakat Pragaan Tentang Eksistensi Radio Rasda Fm. *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(1), 102. https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v5i1.2966
- Ananda, S. D., Putri, D. D., & Shaniya, G. 2023. Manajemen Produksi Film Pendek Piknik Panik di Era Covid 19 Dari Pra Produksi, Produksi dan Pasca Produksi. *Jurnal Audiens*, 4(2), 289–300. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i2.29>
- Arizah, S., Rasyid, A., & Nasution, K. 2023. Strategi Program Radio Siaran “Good Morning Dislovers” Untuk Menarik Minat Pendengar (Studi Pada Radio DIS Fm Tebing Tinggi). *Jisos: Jurnal Ilmu Sosial*, 2(2), 1531–1538.
- Atmam, A. R. 2022. Penerapan Konvergensi Media Dalam Produksi Berita Olahraga: Studi Kasus Bolasport.Com. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 81–94. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3017>
- Cahyaningsih, P. 2022. Proses Produksi Berita Pada Program Warta Berita RRI Bogor.
- Dani, R. H., & Putra, R. S. 2022. Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pelayanan Umrah. *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(1), 45–50. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i1.52>
- Denansyah, F. I. 2021. Proses Berpikir Kreatif Produser dalam Pembuatan Konten di Program OZ Radio. [http://ereport.ipb.ac.id/id/eprint/7030/1/J3A118223-01-Fauzan Ismail Denansyah-Cover.pdf](http://ereport.ipb.ac.id/id/eprint/7030/1/J3A118223-01-Fauzan%20Ismail%20Denansyah-Cover.pdf)
- Efendi, E., Siregar, F., & Damanik, K. 2023. Format Acara Dakwah Efektif di Radio dan TV. *Journal on Education*, 5(3), 9206–9224. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1726>
- Efendi, E., Surya Barus, & Siregar, A. 2022. Manajemen Produksi Dakwah Menggunakan Media

- Radio FM Medan. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4, 1349–1358.
- Effendy, E., Ningsih, P. S., & Sinembela, R. F. 2023. Mekanisme Produksi Siaran Langsung dan Tidak Langsung (Taping) di Radio dan TV. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1157–1164. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3116>
- Fitriana, R. 2014. No.Title. *Procedia Manufacturing*, 1(22 Jan), 1–17.
- Gogali, V. A., & Tsabit, M. 2020. EKSISTENSI RADIO DALAM PROGRAM PODCAST DI ERA DIGITAL KONTEN Studi Deskriptif Program Podcast 101jakfm . com . *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 64–73.
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. 2023. Analisis Pengukuran Temperatur Udara Dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method. *ABDIMAS:Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8–15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Hastuti, S., & Widodo, J. D. . 2023. Strategi Produser Melalui Metode Scamper Dalam Produksi Program Budaya Di Radio Semeru Fm Lumajang. *Jurnal Heritage*, 11(2), 136–153. <https://doi.org/10.35891/heritage.v11i2.4401>
- Ilmiah, J., Hindu, K., Ayu, G., Guswina, D., Widaswara, R. Y., Ketut, I., Suardana, P., Agama, I., Negeri, H., & Mataram, G. P. 2022. SADHARANANIKARANA: Volume 4 Nomor 2 Tahun 2022 Strategi Produser TVRI NTB Dalam Penyajian Berita Pada Tayangan Dialog Sudut Pandang. 4, 707–716. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/SN>
- J.B.Wahyudi. 1992. J. B. Wahyudi, *Teknologi Informasi dan Produksi Citra Bergerak* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 1992), 143. 17 9. 9–35.
- Kustiawan Winda, dkk. 2024. Kustiawan Winda. 7, 8682–8687.
- Kustiawan, W., Lubis, S. Z., Sayrevi, M. Z., Rahman, A., & Aulia, M. (2025). Peran radio sebagai media jurnalistik. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 9(1).
- Kusuma, A. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Media Radio Melalui Program On-Air. *Al-Ilam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.31764/jail.v6i1.11140>
- Latifah, L. L., Basri, A. S., & Chairun, A. M. A. 2023. Peran Produser dalam Manajemen Produksi Film Pendek "Ojan's Story" di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Audiens*, 4(3), 383–393. <https://doi.org/10.18196/jas.v4i3.57>
- Lokananta, A. C., Lestari, R., Wicaksono, B., & Elizabeth. 2024. Producer ' S Strategy in Improving Broadcast. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 9(1), 121–135.
- Maulyan, F. F., & Sandini, D. 2023. Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Model Mckinsey 7-S Studi Pada Perusahaan CV. Wastu Jaya Abadi, Bandung. *Jurnal Sains Manajemen*, 5(2), 2685–6972.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Relations Review*, 3, 176–187.
- Miranda, P., & Yuliati, R. 2020. Eksistensi Radio Saat Ini : Studi Preferensi & Motivasi Khalayak Dalam Mendengarkan Radio. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 4(3), 735. <https://doi.org/10.25139/jsk.v4i3.2477>
- Muhammad Adnan S, & Mariesa Giswandhani. 2022. Strategi Manajemen Penyiaran Radio Smart Fm Makassar Dalam Mempertahankan Eksistensinya. *Jurnal Komunikasi*, 15(2), 1–9. <https://doi.org/10.47354/jku.v15i2.446>
- Narulita, H. D., Yanty, D. L., Anggraeni, T., Ilmi, H., Nabilla, A. S., Wijdan, R. A., ... & Pratama, D. I. P. (2024). Eksistensi RRI era new media. PT Penerbit Qriset Indonesia.
- Pokhrel, S. 2024. No TitleEΛENH. In *Αyαη* Vol. 15, Issue 1.
- Putra, A. S. N., & Setyabudi, D. (2025). Peningkatan brand awareness E-Radio Semarang sebagai media strategist & production manager. *Interaksi Online*, 13(2), 1027–1041.
- Prastianto, E. E. 2021. Strategi Produser Dalam Mempertahankan Eksistensi Radio Batara Melalui Program Goyang Senggol Di Kabupaten Pelalawan. 4699. <http://repository.uin-suska.ac.id/59419/>
- Ramdani, M. (2023). Penerapan Manajemen Strategik dalam Meningkatkan Mutu Lembaga

- Pendidikan. *Andragogi: Jurnal Pendidikan Islam Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 5(1), 15–25.
- Riyanti, M. E., & Winata, M. D. (2024). Manajemen produksi program siaran “Shecangkir Teh Pagi” di SHE Radio 99,6 FM. *The Commercium*, 8(03), 129–138.
- Rochadi, M. D., Ulfiyani, S., & Ulumuddin, A. (2025). Strategi komunikasi pada program acara talk show di TVRI Jawa Tengah tahun 2024. *Pendas : Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(1).
- Saragih, K. R. M., Purba, F., & Sipayung, T. 2021. Strategi Komunikasi Penyiar Radio KARINA Pematangsiantar Dalam Program Nostalgia. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(2), 187–195. <https://doi.org/10.36985/x0p4kg07>
- Sarifah, S., & Utomo, A. S. 2024. Kreativitas Produser Dalam Program ‘Inspirasi Indonesia’ Di Tvri Lampung. 12April.
- Setiawan, A., & Sugiana, D. (2025). Kompetisi di era radio digital. *Kabuyutan*, 4(1), 11–18.
- Siagian, A. (2025). Hukum pers: Menjamin kebebasan pers berbasis keadilan. CV. Gita Lentera.
- Simamora, N., Si, M., & Saragih, F. V. J. 2021. Analisa Proses Produksi Program Siaran Berita Di LPP (Lembaga Penyiaran Publik) RRI (Radio Republik Indonesia) Medan Dalam Meningkatkan Daya Tarik Pendengar. *Tekesnos*, 3(2), 271–279.
- Sofy, M. M., Triadinda, D., & Yani, D. 2023. Penerapan Bauran Promosi pada Radio Lazuar 94.1 FM. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 24(1), 66–74. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v24i1.994>.
- Studi Komunikasi Sekolah Vokasi, P. 2021. Peran Produser Dalam Proses Produksi Program 9Csi Di Radio Play99Ers 100 Fm Bandung Camilla Zalel Yuliacitra.
- Susilawati, A. 2023. Manajemen Produksi Program Siaran Radio di INSANIA FM Mataram 87,6 (Analisis Program Radio Inspirasi Siang) *Inspirasi Siang*. 6.
- Suskarwati, S. U. (2021). *Radiomorfosis: Transformasi radio dalam komunikasi dan bisnis*. Indigo Media
- Ummah, M. S. 2019. No Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Winda Kustiawan, Azmiar Nasution, Dina Puspita Sari, Jarosim Simbolon, Sari Mulyani, & Wirdatul Wisfa. (2022). Radio Sebagai Proses Komunikasi Massa. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(3), 78–84. <https://doi.org/10.55606/juitik.v2i3.349>