

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Kemunculan media baru (*internet*) telah banyak membawa perubahan bagi industri media di dunia, dan juga di Indonesia. Tidak sedikit perusahaan media yang berlomba-lomba memiliki saluran media di *internet* dengan konten yang sama. Media cetak atau televisi saat ini mengembangkan salurannya dengan memiliki situs resmi atau *website*. Harian Kompas dengan *kompas.com*, Tempo dengan *tempointeraktif.com*, Metro Tv dengan *metrotvnews.com* dan masih banyak lagi.

Konvergensi media yang telah dilakukan oleh perusahaan media ini bukan tanpa alasan. Perluasan jangkauan siar dan audiens menjadi salah satu alasan utama. Tak hanya perusahaan media skala besar saja yang melakukan hal demikian. Konvergensi media juga telah terjadi di sebuah stasiun radio lokal di Yogyakarta, bernama Swaragama FM.

Radio Swaragama FM telah melakukan konvergensi dengan *Twitalk*, *live talkshow* di Twitter, dengan memproduksi siaran radio bernama *ReTweet*. Penelitian ini membahas mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi Tim *Twitalk* dan Swaragama dalam membuat program siaran *ReTweet* berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Peter Pringle. Sebelum melihat keempat faktor tersebut, ada beberapa hal yang perlu dibahas untuk melihat lebih jauh bagaimana *ReTweet* diproduksi.

Menurut McQuail, konvergensi media terbagi atas tiga bentuk, yaitu *corporate convergence*, *operational convergence*, dan *device convergence*. Konvergensi media yang terjadi antara Twitalk dengan Swaragama FM termasuk ke dalam bentuk *corporate convergence* dan *operational convergence*, namun tidak pada *device convergence*. Twitalk hanya saling melakukan perpindahan saluran konten *talkshow*-nya ke dalam bentuk *audio* di radio Swaragama FM.

Seperti yang dijelaskan Peter Pringle, ada empat faktor yang mempengaruhi tim Twitalk dan Swaragama FM membuat program siaran ReTweet, yakni audiens, pengelola dan pemilik stasiun, pemasang iklan dan sponsor, dan regulator. Audiens menjadi faktor utama dalam program ReTweet karena audiens yang membuat ReTweet menjadi salah satu program unggulan di radio Swaragama FM dan Jogjastreamers. Keberhasilan ini dapat dilihat dari umpan balik yang diterima oleh Twitalk dan Swaragama FM melalui Twitter saat ReTweet siaran.

Faktor yang kedua, pengelola dan pemilik stasiun dari Swaragama FM dalam program ReTweet adalah Boma Ardhian, Andin Rahmana dan Ayu Rizqia. Melihat perencanaan program ReTweet, pemilik stasiun tidak terlalu berpengaruh di dalamnya. Pihak Swaragama FM lebih banyak memberikan pemikiran kreatif dan *brainstorming* bersama dengan Pungkas dan tim Twitalk.

Faktor ketiga adalah pemasang iklan dan sponsor yang muncul dari program siaran ReTweet. Selama program ini mengudara, semua iklan yang muncul di sela-sela acara adalah milik Swaragama FM dan belum pernah ada iklan yang khusus untuk plot waktu ReTweet. Namun dari sisi Twitalk sendiri, ada beberapa

acara *offline* yang sempat disponsori oleh XL Axiata dan kompensasinya adalah menjadikan Tommy Wattimena sebagai tokoh Twitalk. Dana yang dikeluarkan untuk memproduksi program acara ini terbilang sangat murah. Program ini dianggap sukses dari segi finansial karena *budget* yang dikeluarkan sangat sedikit tapi *impact* yang diterima sangat besar.

Faktor yang keempat mengenai regulator yang mengawasi jalannya program siaran ReTweet. Stasiun Radio Swaragama berlokasi di DIY, sehingga yang berwenang adalah KPI-D DIY yang kemudian mengeluarkan P3SPS (Pedoman Perilaku Penyiaran dan Standar Program Siaran). Pihak Swaragama mengaku tidak terlalu melihatnya secara mendetail. Boma hanya mengingat tiga hal pokok, yaitu program ini tidak meresahkan orang lain, tidak menyangkut SARA dan tidak menyangkut pornografi. Selama ini, Swaragama tidak pernah mendapatkan sanksi karena melanggar aturan yang tercantum dalam P3SPS. Namun, pihak Swaragama sendiri memiliki pedoman yang dipegang oleh Boma dalam membuat program acara. Semua program acara dapat dibuat, jika memang cocok dengan karakter Swaragama dan dapat memajukan Swaragama.

Keempat faktor tersebut telah yang mempengaruhi program acara ReTweet dari berbagai hal. Namun ada faktor lain yang ternyata paling berpengaruh dalam program acara ini, yakni tim Twitalk sendiri. Ketika Pungkas tidak dapat hadir, ReTweet kehilangan esensinya. Audiens menjadi faktor kedua, sehingga interaksi dengan audiens sangat dijaga oleh Twitalk dan Swaragama FM. Pemilik dan pengelola stasiun tidak terlalu memberikan batasan dalam berinovasi dengan program ReTweet, sehingga semua ide kreatif dapat tersalurkan dan dihargai.

Pengiklan dan sponsor tidak ada yang masuk namun Swaragama tidak terlalu ambil pusing karena pengeluaran sangat kecil dengan melihat *impact* yang besar. Menyajikan tayangan yang edukatif membuat program ini jauh dari sangsi oleh regulator, atau KPI, bahkan sangat diterima oleh audiens.

ReTweet dipandu oleh dua orang *host*, Ayu Rizqia dan Pungkas Riandika sebagai *host* konten. Topik yang diangkat berdasarkan topik Twitalk minggu lalu, temanya kontekstual terkini. Seperti yang dijelaskan Masduki mengenai tiga bentuk *talkshow* populer, ReTweet termasuk ke dalam jenis *one-on-one-show*. ReTweet tidak termasuk *call in show* karena tidak melibatkan telepon dari pendengar, namun proses *talkshow* untuk narasumber utama dilakukan via sambungan telepon. Kesimpulannya, ReTweet merupakan program acara yang sudah mengalami inovasi di beberapa bagian, sesuai dengan kebutuhan program. Dapat dikatakan bahwa ReTweet adalah program *talkshow* radio masa kini yang mengikuti perkembangan target audiensnya.

Program siaran ReTweet dapat dikatakan berhasil walaupun pada November 2012 lalu berhenti siaran. ReTweet sempat menjadi salah satu program unggulan di stasiun radio Swaragama FM dengan melihat jumlah pendengar dari jumlah *unit* IP-nya. Selain itu, ReTweet juga mendapatkan frekuensi tinggi dalam *mention* di akun Twitter @swaragamafm. Keberhasilan ReTweet juga dapat dilihat dari kemunculan program serupa di radio Unisi Jogja.

## B. SARAN

Sebagai program baru, ReTweet telah mengalami keberhasilan dan mendapatkan hati para pendengarnya. Namun keberhasilan itu semua juga terdapat banyak kegagalan diberbagai segi. Berikut beberapa saran yang sebaiknya diperhatikan oleh Swaragama FM sebelum membuat program siaran radio dan bagi Twitalk dalam memperbaiki kinerja dan ekstensifikasi saluran penyebaran pesannya:

1. Swaragama FM dapat lebih banyak menelurkan program-program lain seperti ReTweet, yang berasal dari *social media*, karena tren saat ini sering muncul pertama kali melalui *digital life*.
2. Sebelum bekerja sama dengan pihak lain, Swaragama FM wajib membuat kesepakatan yang jelas mengenai jumlah *episode* sebuah program. Jika tidak, akan berakhir seperti ReTweet yang tidak teratur siaran setiap minggunya.
3. Setiap produser dan *host* harus lebih kreatif dalam memberikan ide jika *host* konten tidak siap materi atau tidak dapat hadir, sehingga program siaran tetap berjalan dengan baik dan tidak sekedar siaran.
4. Twitalk sebagai *startup* yang profesional, ada baiknya memiliki SOP yang jelas mengenai pembagian kerja dan tanggung jawab masing-masing personal dalam tim.
5. Pungkas Riandika sebagai tim Twitalk seharusnya memiliki tanggung jawab yang besar atas tugasnya sebagai *host* konten dan wajib menyiapkan materi setiap minggunya. Jika berhalangan hadir, tim Twitalk lainnya wajib

menggantikan dan tidak mengabarkan secara mendadak, namun tidak mengurangi esensi dari ReTweet sendiri.

6. Jika Twitalk minggu lalu tidak tayang karena berbagai alasan (tidak mendapat narasumber atau tim tidak siap), tim Twitalk seharusnya dapat memberikan pengganti materi yang masih sejalan dengan alur ReTweet, seperti mewawancarai tokoh Twitalk lainnya.
7. Walaupun pengeluaran secara finansial terbilang kecil, namun tim Swaragama FM atau tim Twitalk dapat mencari kesempatan pengiklan dan sponsor untuk mendanai program ReTweet. Mungkin saja dana tersebut dapat dialokasikan untuk membuat program lainnya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konvergensi dua media yang berbeda dapat menghasilkan program acara yang segar dan baru bagi audiensnya. Keempat faktor yang mempengaruhi program acara ReTweet juga berpotensi memberikan perubahan-perubahan di setiap *episode*-nya. Penelitian selanjutnya akan lebih menarik jika dapat membandingkan program serupa yang kemudian muncul, di radio Unisi, atau dengan program lainnya yang kini juga muncul di Swaragama FM sendiri. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode kuantitatif untuk melihat bagaimana audiens menanggapi program siaran radio 'baru' seperti ReTweet. Metode kualitatif dengan *Focus Group Discussion* juga dapat digunakan agar data yang diperoleh jauh lebih mendalam dan analisis dapat jauh lebih luas lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Dominick, Joseph R. . *The Dynamic of Mass Communication : Media Transition*,  
New York : McGraw-Hill Companies.

Fakhrurroja, Hanif dan Aris Munandar. 2009. *Twitter Ngoceh Dapet Duit*.  
Yogyakarta : Galangpress.

Idrus, Muhammad. 2007. *Metode Penelitian Ilmu-ilmu Sosial: Penelitian  
Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : UII Press Yogyakarta.

Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset  
Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, dan  
Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana.

Masduki. 2004. *Menjadi Broadcaster Profesional*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar  
LKis Yogyakarta.

Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio  
dan Televisi*. Jakarta : Kencana.

Nawawi, Handari H. 1991. *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta :  
Gajah Mada University Press.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta :  
LP3ES.

### Penelitian Ilmiah

Dwiastuti, Silvia Winda. 2010. *Motivasi Mendengarkan Radio Internet*.  
Yogyakarta : Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Skripsi.

Nastiti, Aulia Dwi. 2012. *Membangun Pasar Media Lokal Melalui Konvergensi Media : Studi pada Jaringan Koran Tribun*. Jakarta : Universitas Indonesia.  
<http://ml.scribd.com/doc/91799239/Konvergensi-Media-Lokal-Koran-Tribun>.

### **Artikel dan Infografis**

Alexa. 2009. *Top Sites*. Tersedia dalam World Wide Web:  
<http://www.alexa.com/topsites>.

Mashable. 2011. *The History of Advertising on Facebook*. Tersedia dalam World Wide Web:  
<http://mashable.com/2011/06/28/facebook-advertising-infographic/>

Online MBA. 2012. *Social Demographics: Who's Using Today's Biggest Networks*. Tersedia dalam World Wide Web: <http://www.onlinemba.com/>

Twitalk. 2012. *#Twitalk on Air Radio*. Tersedia dalam World Wide Web:  
[http://twitalk.co.id/news/2012/03/07/56/twitalk\\_on\\_air\\_radio.html](http://twitalk.co.id/news/2012/03/07/56/twitalk_on_air_radio.html).

Twitter: @twitalkID. 2012. *#Twitalk@*. Tersedia dalam World Wide Web:  
<https://twitter.com/#!/twitalkID>.

## LAMPIRAN 1

### INTERVIEW GUIDE

#### 1. Konvergensi Media

- Konvergensi media seperti apa yang dilakukan oleh Twitalk dengan radio Swaragama FM?
- Sejauh mana Twitalk dengan radio Swaragama FM melakukan konvergensi media?
- Apakah pemilihan konten juga dilakukan oleh tim Swaragama?
- Bagaimana Twitalk dan radio Swaragama FM menyatukan visi dan misinya dalam program acara radio Retweet?

#### 2. Radio

- Mengapa Twitalk memilih media radio sebagai salah satu sarana penyebaran informasinya, padahal radio tidak memiliki kemampuan visual dan tidak dapat didengarkan berulang?
- Mengapa Twitalk memilih radio lokal sebagai media pilihannya?
- Mengapa memilih radio lokal Jogja? Bagaimana karakteristik masyarakat Jogja dapat sesuai dengan karakteristik pendengar program acara *talk show* seperti Twitalk?
- Mengapa Twitalk memilih Swaragama FM sebagai salah satu medianya?

#### 3. Twitter - Twitalk

- Apakah Twitalk itu?
- Bagaimana kah 'cara main' atau cara kerja Twitalk?
- Konsep seperti apakah yang ingin dibangun Twitalk dalam dunia Twitter?
- Apa sajakah kelebihan dan kekurangan Twitalk?
- Bagaimana Twitalk memilih topik yang akan dibahas serta narasumber yang akan diajak berdiskusi?

- Bagaimana karakteristik narasumber yang diundang dalam *talk show* di Twitter ini?
- Selain aktif di media *online*, apakah ada program lain yang dilakukan Twitalk di media *offline*?
- Sejauh mana Twitalk mencapai kesuksesannya dalam ranah *online* dan *offline activities*?

#### 4. Faktor yang Mempengaruhi Program Siaran

##### a. Audiens

- Siapa sajakah audiens atau pendengar program acara ReTweet Swaragama?
- Bagaimanakah tanggapan para audiens Swaragama mengenai program acara ReTweet ini?
- Bagaimanakah tanggapan para *followers* Twitalk mengenai program acara ReTweet Swaragama?
- Bagaimana pendengar memberikan umpan balik (*feedback*) pada saat acara berlangsung dan *off air*?

##### b. Pengelola dan pemilik stasiun

- Bagaimanakah pengelola dan pemilik stasiun merencanakan program acara ReTweet bersama dengan tim Twitalk?
- Sejauh apakah intervensi yang dilakukan oleh tim Swaragama dalam pembentukan materi program acara ReTweet?
- Apakah ada pesan khusus dari pengelola dan pemilik stasiun yang kemudian mempengaruhi perencanaan dan produksi program acara ReTweet?

##### c. Pemasang iklan dan sponsor

- Sejauh mana pemasang iklan dan sponsor mempengaruhi program acara ReTweet?
- Bentuk promosi seperti apakah yang ditawarkan Twitalk dan Swaragama pada pengiklan dan sponsor untuk mendanai program acaranya?

- Bagaimanakah proses promosi yang dilakukan Twitalk untuk memenuhi kerja samanya dengan pengiklan?

d. Regulator – Tim Twitalk dan Swaragama

- Bagaimana regulator mengawasi program acara ReTweet?
- Apakah program acara ReTweet sudah sesuai dengan peraturan dan perundangan mengenai penyiaran yang dikeluarkan oleh KPI (P3SPS)?
- Peraturan apakah yang digunakan Swaragama dan Twitalk dalam membuat batasan program siaran ReTweet?

**5. Perbincangan Radio (*talk show*)**

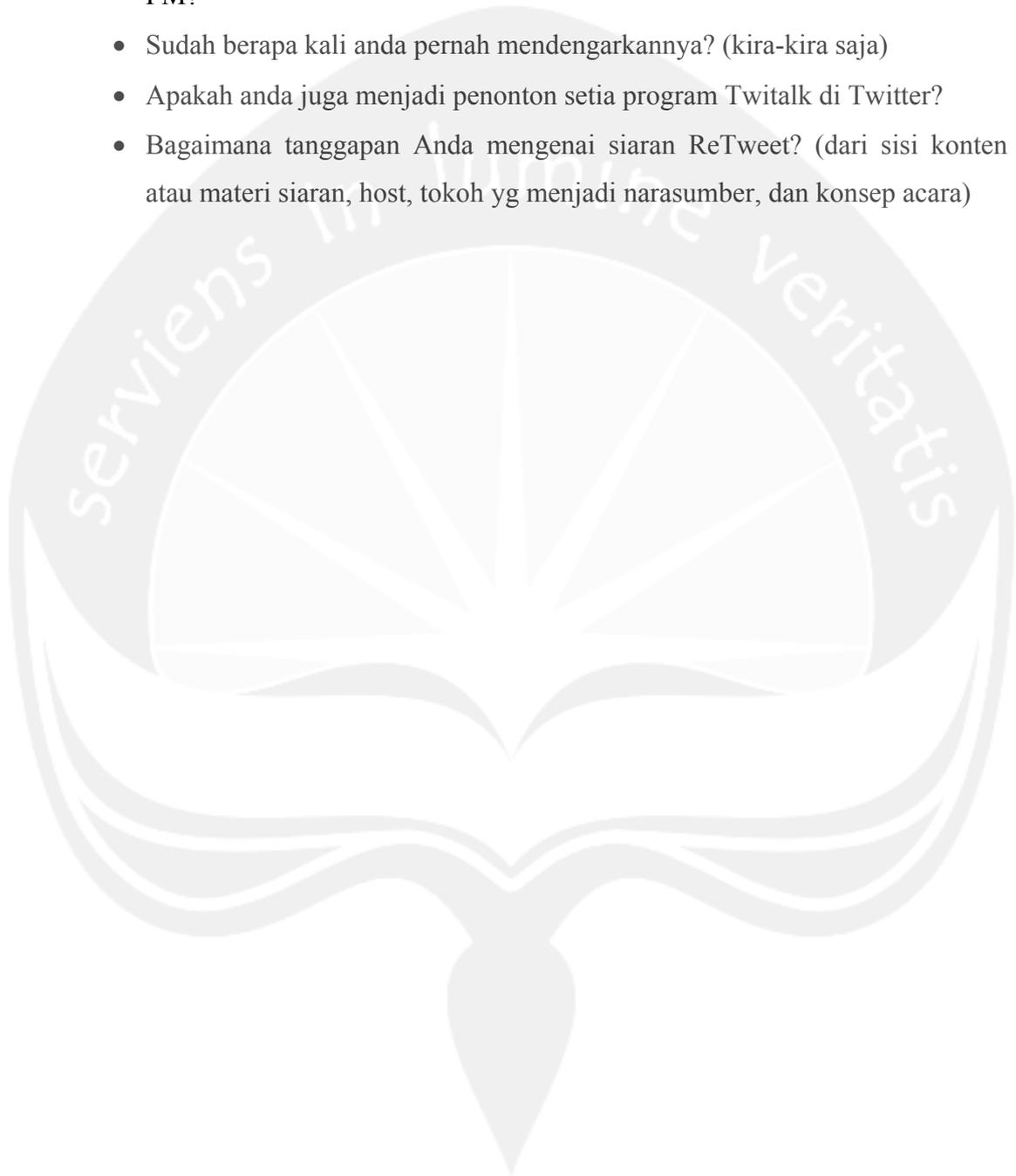
- Bagaimana cara pemilihan *host* yang akan memandu program acara ReTweet?
- Topik dan isu seperti apakah yang akan diangkat oleh ReTweet dalam program acara *talk show*-nya?
- Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan oleh tim Twitalk dan tim Swaragama dalam proses produksi program acara ReTweet?
- Bagaimana urutan proses produksi *talk show* ReTweet?

**6. Twitalk Work Flow**

- Mengapa kamu tertarik untuk bergabung di Twitalk?
- Dalam Twitalk, kamu bekerja sebagai apa? Dan apa saja tugasmu?
- Karena Twitalk tidak memiliki kantor (bangunan), bagaimana kamu menjalankan tugasmu? (dimana, saat apa, dengan apa)
- Selain bekerja di Twitalk, apa saja pekerjaanmu?
- Ceritakan suka duka saat bekerja di Twitalk. Momen apa saja yang menarik, baik susah atau senang :p
- Sesuai dengan tugasmu, inovasi apa lagi yang ingin diberikan untuk Twitalk?

## **7. Tanggapan Audiens**

- Apakah anda pernah mendengarkan program siaran ReTweet di Swaragama FM?
- Sudah berapa kali anda pernah mendengarkannya? (kira-kira saja)
- Apakah anda juga menjadi penonton setia program Twitalk di Twitter?
- Bagaimana tanggapan Anda mengenai siaran ReTweet? (dari sisi konten atau materi siaran, host, tokoh yg menjadi narasumber, dan konsep acara)



## LAMPIRAN 2

### TRANSKIP WAWANCARA

Narasumber : Pungkas Riandika

Jabatan : CEO Twitalk

Waktu : 22 Desember 2012

---

#### 1. Konvergensi Media

- **Konvergensi media seperti apa yang dilakukan oleh Twitalk dengan radio Swaragama FM?**

Radio merupakan *channel* yang mampu membawa pengalaman baru untuk audiens Twitalk. Biasanya audiens hanya mampu membaca dan mengajukan pertanyaan via Twitter, kini audiens bisa mendengarkan suara tokohnya langsung. Tujuannya menciptakan pengalaman baru dalam berinteraksi. Konvergensi yang dilakukan sebatas memindahkan suasana tanya jawab ke dalam saluran lain. Tanpa mengurangi esensi dari prosedur produksi konten yang biasa dilakukan Twitalk.

- **Sejauh mana Twitalk dengan radio Swaragama FM melakukan konvergensi media? Apakah pemilihan konten juga dilakukan oleh tim Swaragama?**

Sesi Twitalk di saluran radio tidak mengubah konten utama dalam episode Twitalk. Yang berbeda hanya salurannya saja. Pembahasannya masih sama seputar karir, pengalaman, nilai, dan kegemaran sang tokoh. Radio Swaragama biasanya akan menelpon sang tokoh untuk menerima pertanyaan dari *host*.

- **Bagaimana Twitalk dan radio Swaragama FM menyatukan visi dan misinya dalam program acara radio Retweet?**

Selama 2 tahun ini, Twitalk sebagai pemilik ide sesi berbagi via social media ini telah mengadakan berbagai aktifitas yang berhubungan dengan komunitas. Beberapa diantaranya termasuk gathering lintas komunitas yang misinya mempertemukan berbagai lapisan komunitas untuk saling berbagi ilmu dan memperluas wawasan. Swaragama bertujuan serupa, sebagai publisher, Swaragama dan twitalk sama-sama mendukung proses pengembangan masyarakat melalui berbagai sesi pertemuan komunitas. termasuk acara reguler siaran di Retweet.

## **2. Radio**

- **Mengapa Twitalk memilih media radio sebagai salah satu sarana penyebaran informasinya, padahal radio tidak memiliki kemampuan visual dan tidak dapat didengarkan berulang?**

Twitalk mengutamakan ekstensifikasi saluran untuk mendapatkan audiens baru. Twitalk perlu memperluas audiens melalui berbagai saluran. Dengan menambah cakupan penyebaran maka makin besar arus penyampaian pesan Twitalk. Setiap saluran memiliki karakternya masing-masing, redaksi harus mampu mengemas kelebihan dan kekurangannya tanpa mengurangi esensi pesan.

- **Mengapa Twitalk memilih radio lokal sebagai media pilihannya?**

Di era *online*, komunikasi sudah tidak terkurung dalam cakupan geografis tertentu. Swaragama menyediakan saluran *streaming online* untuk pendengar

di luar Jogjakarta. Sama halnya dengan radio di Jakarta pun hanya bisa di dengar audiens Jakarta namun tetap menyediakan *streaming*.

- **Mengapa memilih radio lokal Jogja? Bagaimana karakteristik masyarakat Jogja dapat sesuai dengan karakteristik pendengar program acara *talk show* seperti Twitalk?**

Pada dasarnya siaran Twitalk sama dengan program *talkshow* pada umumnya, hanya salurannya yang unik karena hanya ada model seperti ini disini. maka tidak ada perbedaannya memilih radio Jogja ataupun kota lain. Program ini bisa dijalankan sama di berbagai kota selama audiensnya terbilang relevan dengan dunia *online* dan *social media*.

- **Mengapa Twitalk memilih Swaragama FM sebagai salah satu medianya?**

Audiens Swaragama serasi dengan Twitalk, yaitu anak muda modern. Swaragama pun sadar bahwa peranan *social media* di Indonesia ini penting. Swaragama juga telah memiliki basis komunitas yang kuat.

### **3. Twitter – Twitalk**

- **Apakah Twitalk itu?**

Program *live talkshow* di Twitter pertama yang terjadi di dunia. Reguler setiap Kamis 21.00 WIB. Mengajak seorang tokoh - personal atau komunitas atau institusi - untuk menjawab 10 pertanyaan dari *followers*. Twitalk berperan sebagai *host* dan moderator yang bertugas mengenalkan profil tokoh, mempromosikan tema program, dan mengkurasi 10 pertanyaan terbaik.

- **Bagaimana kah ‘cara main’ atau cara kerja Twitalk?**

Seperti yang tertulis disini <http://twitalk.posterous.com/tag/skenario>.

- **Konsep seperti apakah yang ingin dibangun Twitalk dalam dunia Twitter?**

Bahwa *social media* telah membawa relasi antar individu menjadi horisontal, sudah tidak lagi terbatas oleh strata sosial atau jabatan, maka Twitalk memilih positioning sebagai jembatan komunikasi dalam proses berbagi yang dikemas melalui live talkshow.

- **Apa sajakah kelebihan dan kekurangan Twitalk?**

Kelebihan : Twitalk mampu menciptakan momen interaksi antara masyarakat dan tokoh yang sebelumnya sulit untuk diajak berkomunikasi.

Kekurangan : Dibutuhkan komitmen dan usaha yang besar dari redaksi tim Twitalk untuk bisa konsisten menjalankan jadwal reguler

- **Bagaimana Twitalk memilih topik yang akan dibahas serta narasumber yang akan diajak berdiskusi?**

Bahasan Twitalk temanya Kontekstual Terkini. Artinya bisa saja materinya kontekstual dengan profil sang tokoh yang sedang diajak *talkshow* ataupun kontekstual dengan isu terkini yang sedang terjadi.

- **Bagaimana karakteristik narasumber yang diundang dalam *talk show* di Twitter ini?**

Tokoh yang dipilih oleh Twitalk tidak harus selebriti atau pemilik jabatan tertinggi di sebuah perusahaan, ia harus figur yang mencerminkan orang Indonesia yang menginspirasi dan memiliki pencitraan yang unik di *social media*.

- **Selain aktif di media *online*, apakah ada program lain yang dilakukan Twitalk di media *offline*?**

Twitalk kerap mengadakan *gathering* lintas komunitas, ini adalah *event* kopdarnya Twitalk, tokoh, dan komunitas.

- **Sejauh mana Twitalk mencapai kesuksesannya dalam ranah *online* dan *offline activities*?**

Twitalk telah mampu mencapai *awareness* tertentu yang memungkinkan Twitalk untuk mendapatkan kepercayaan dukungan dari sponsor dan komunitas setempat.

#### **4. Faktor yang Mempengaruhi Program Siaran**

##### **a. Audiens**

- **Siapa sajakah audiens atau pendengar program acara ReTweet Swaragama?**

Anak muda, SMA - mahasiswa, SES ABC.

- **Bagaimanakah tanggapan para audiens Swaragama mengenai program acara ReTweet ini?**

ReTweet menjadi salah satu program dengan *frekuensi high mentioned* di aku Twitter @swaragamafm, pemilihan jadwal reguler juga pada masa *primetime* jadi mendapat perhatian yang bagus dari audiens Swaragama. Program ini pun menjadi *the top listened program* di Jogjastream.

- **Bagaimanakah tanggapan para *followers* Twitalk mengenai program acara ReTweet Swaragama?**

*Followers* menyambut dengan meriah sejak adanya konsep *radio show* ini karena setelah setahun *online* akhirnya Twitalk memberikan inovasi terbaru lagi dalam proses penyampaian pesan.

- **Bagaimana pendengar memberikan umpan balik (*feedback*) pada saat acara berlangsung dan *off air*?**

Pendengar akan langsung mention ke akun @swaragamafm di Twitter, Facebook, atau SMS ke nomor 081808038000, setelah itu penyiar akan membawa *feedback* itu untuk dibahas langsung saat siaran. Sedangkan *feedback on air* bisa disampaikan saat bertemu dengan pihak swaragama atau langsung ke perwakilan twitalk.

#### **b. Pengelola dan pemilik stasiun**

- **Bagaimanakah pengelola dan pemilik stasiun merencanakan program acara ReTweet bersama dengan tim Twitalk?**

Program Director swaragama, Boma Ardian, menawarkan ide untuk menyiarkan Twitalk di Swaragama. Konsepnya adalah pembahasan lebih mendalam setelah *episode* sebelumnya tersiarkan dan sebelum *episode* berikutnya.

- **Sejauh apakah intervensi yang dilakukan oleh tim Swaragama dalam pembentukan materi program acara ReTweet?**

Swaragama memberikan keleluasaan pada tema acara hingga tamu yang diundang ke studio. Tidak ada mandatori khusus yang mempengaruhi konten. Hanya perlu konsisten menjalani jadwal siaran.

- **Apakah ada pesan khusus dari pengelola dan pemilik stasiun yang kemudian mempengaruhi perencanaan dan produksi program acara ReTweet?**

Tidak ada. Program radio tidak mempengaruhi *live online*-nya. ReTweet hanya mengikuti Twitalk dan menyediakan *channel* program radio saja.

**c. Pemasang iklan dan sponsor**

- **Sejauh mana pemasang iklan dan sponsor mempengaruhi program acara ReTweet?**

Sponsor mendapat hak untuk menyampaikan pesan di sesi *phone interview* dan *live radio talkshow*. Pada dasarnya seluruh acara akan dibawakan selayaknya acara bincang membahas topik tertentu. Sponsor perlu memastikan siapa profil tokoh yang akan di *highlight*, redaksi Swaragama akan berkoordinasi dengan tim promo *digital*-nya untuk mengkomunikasikan.

- **Bentuk promosi seperti apakah yang ditawarkan Twitalk dan Swaragama pada pengiklan dan sponsor untuk mendanai program acaranya?**

Twitalk menyediakan *channel* Twitter, Facebook, Blog, Radio, dan *on ground event (gathering)* sebagai *placement branding*. Tiap *channel* memiliki karakteristiknya masing-masing. Biasanya Twitalk menawarkan paket *sponsorship* untuk tayang di *channel* terpilih. Twitter bisa dimanfaatkan untuk *twitpic* produk atau *branding* dengan *hashtag*, Blog mampu lebih banyak menceritakan *advertorial*, Facebook mengundang level *engagement*

yang lebih besar, Radio memberikan lebih banyak eksplorasi terutama karena Twitalk menyediakan satu jam sesi *live on air* pada program Retweet.

- **Bagaimanakah proses promosi yang dilakukan Twitalk untuk memenuhi kerja samanya dengan pengiklan?**

Menentukan *timeline* interaksi, membuat desain visual yang akan digunakan untuk *cover* dan *avatar*.

#### d. Regulator

- **Bagaimana regulator mengawasi program acara ReTweet?**

Bila terjadi ekstensifikasi saluran, misalnya ke radio, maka Program Manager yang mengelolanya.

- **Apakah program acara ReTweet sudah sesuai dengan peraturan dan perundangan mengenai penyiaran yang dikeluarkan oleh KPI (P3SPS)?**

Ya.

- **Peraturan apakah yang digunakan Swaragama dan Twitalk dalam membuat batasan program siaran ReTweet?**

Tidak boleh menyangkut SARA.

#### 5. Perbincangan Radio (*talkshow*)

- **Bagaimana cara pemilihan host yang akan memandu program acara ReTweet?**

Berwawasan luas perihal industri *digital* dan memiliki relasi dengan komunitas.

- **Topik dan isu seperti apakah yang akan diangkat oleh ReTweet dalam program acara *talkshow*-nya?**

Bebas namun kontekstual dengan isu terkini.

- **Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan oleh tim Twitalk dan tim Swaragama dalam proses produksi program acara ReTweet?**

Retweet hanya mengulang konten *episode* Twitalk yang tayang sebelumnya, ditambah informasi dan *insight* tentang dunia *digital*.

- **Bagaimana urutan proses produksi *talkshow* ReTweet?**

Mengusulkan konsep konten via tertulis ke Program Manager dan radio DJ.

Menghubungi pembicara tamu via telpon.

Narasumber : Albertus Eko

Jabatan : Program Activity Twitalk

Waktu : 7 Januari 2013

---

## 1. Twitter – Twitalk

- **Apakah Twitalk itu?**

*Live talkshow* pertama di dunia via *social media* Twitter.

- **Bagaimana kah ‘cara main’ atau cara kerja Twitalk?**

Melamar tokoh, ketika tokoh sudah bersedia, Twitalk menjadi moderator untuk pertanyaan yang ditanyakan oleh *followers* yang sudah *follow* Twitalk maupun tokoh.

- **Konsep seperti apakah yang ingin dibangun Twitalk dalam dunia Twitter?**

Siapapun bisa “berinteraksi” tidak terbatas jabatan, waktu dan SARA.

- **Apa sajakah kelebihan dan kekurangan Twitalk?**

Kekurangan : di bagian teknis, apabila media yang digunakan sedang *trouble*, seperti koneksi buruk, Twitter sedang *down* atau *over capacity*.

- **Bagaimana Twitalk memilih topik yang akan dibahas serta narasumber yang akan diajak berdiskusi?**

Kondisi lingkungan sosial, dan tren yang sedang terjadi.

- **Bagaimana karakteristik narasumber yang diundang dalam *talk show* di Twitter ini?**

Tidak ada karakteristik dari pejabat, atlit, bahkan tukang becak.

- Selain aktif di media *online*, apakah ada program lain yang dilakukan **Twitalk di media *offline*?**

Ada. *Community Gathering*.

- Se jauh mana Twitalk mencapai kesuksesannya dalam ranah *online* dan *offline activities*?

Online : Jumlah *followers*

Offline : Kolaborasi dengan media Konvensional (Program Radio)

## 2. Faktor yang Mempengaruhi Program Siaran

### a. Audiens

- Bagaimanakah tanggapan para audiens Swaragama mengenai program acara ReTweet ini?

Kalau dari yang saya alami, cukup antusias, tapi lebih jelasnya bisa ke Swaragama dengan indikator seberapa banyak audiens yang *streaming* pada saat jam siaran Retweet.

- Bagaimanakah tanggapan para *followers* Twitalk mengenai program acara ReTweet Swaragama?

*Followers* menyambut dengan meriah sejak adanya konsep *radio show* ini karena setelah setahun *online* akhirnya Twitalk memberikan inovasi terbaru lagi dalam proses penyampaian pesan.

- Bagaimana pendengar memberikan umpan balik (*feedback*) pada saat acara berlangsung dan *off air*?

Selama siaran belum pernah ada yang telpon. Telpon sebatas *request* lagu. Tapi ketika melihat responnya, mereka mendapat inspirasi baru dan ReTweet menjadi informasi *update* mengenai dunia *digital*.

**b. Pengelola dan pemilik stasiun**

- **Bagaimanakah pengelola dan pemilik stasiun merencanakan program acara ReTweet bersama dengan tim Twitalk?**

Inisiatif, berdasarkan obrolan singkat untuk memperlebar *channel* dalam berinteraksi.

- **Sejauh apakah intervensi yang dilakukan oleh tim Swaragama dalam pembentukan materi program acara ReTweet?**

Tidak ada intervensi khusus, selama berproses konten yang ada berasal dari Twitalk.

- **Apakah ada pesan khusus dari pengelola dan pemilik stasiun yang kemudian mempengaruhi perencanaan dan produksi program acara ReTweet?**

Usulan teknis saja, seperti bagaimana teknis program ReTweet akan berjalan.

**c. Pemasang iklan dan sponsor**

- **Sejauh mana pemasang iklan dan sponsor mempengaruhi program acara ReTweet?**

Sejauh saya menjalani program, belum ada sponsor khusus untuk program ReTweet. Namun untuk Twitalk sendiri ada sebuah perusahaan telekomunikasi, XL Axiata yang pernah mendanai berbagai *event offline*.

- **Bentuk promosi seperti apakah yang ditawarkan Twitalk dan Swaragama pada pengiklan dan sponsor untuk mendanai program acaranya?**

Idealnya adalah *adlips* dan *posting* promosi di Twitter.

- **Bagaimanakah proses promosi yang dilakukan Twitalk untuk memenuhi kerja samanya dengan pengiklan?**

Twitalk hanya mempunyai media Twitter, pengiklan sebenarnya sepenuhnya ada di keputusan pihak Swaragama.

#### **d. Regulator**

- **Peraturan apakah yang digunakan Swaragama dan Twitalk dalam membuat batasan program siaran ReTweet?**

Sejauh ini belum banyak peraturan yang membuat ReTweet merasa dibatasi terlalu banyak ketika siaran.

### **3. Perbincangan Radio (*talkshow*)**

- **Bagaimana cara pemilihan host yang akan memandu program acara ReTweet?**

Jujur, tergantung siapa yang *selo* :D

- **Topik dan isu seperti apakah yang akan diangkat oleh ReTweet dalam program acara *talkshow*-nya?**

Talkshow Twitalk hari Kamis sebelumnya.

- **Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan oleh tim Twitalk dan tim Swaragama dalam proses produksi program acara ReTweet?**

Tidak banyak, karena Twitalk Konten dan Swaragama Teknis.

#### 4. Twitalk Work Flow

- **Mengapa kamu tertarik untuk bergabung di Twitalk?**

Twitalk itu *startup* menarik, karena berawal dari ide dan inovasi penggunaan Twitter dilihat dari kacamata peran yang berbeda.

- **Dalam Twitalk, kamu bekerja sebagai apa? Dan apa saja tugasmu?**

Program Activity, sederhananya adalah aktivasi *offline* Twitalk. Tugasnya ya bikin *event*.

- **Karena Twitalk tidak memiliki kantor (bangunan), bagaimana kamu menjalankan tugasmu? (dimana, saat apa, dengan apa)**

Kantor hanya untuk Polisi dan Kantor Pos. Twitalk berbasis *online*, sehingga ketika butuh bertemu secara langsung bisa di manapun dan kapanpun. Ide juga dapat ditemukan di mana pun. Malah kalau di kantor, aku jarang mendapat ide.

- **Selain bekerja di Twitalk, apa saja pekerjaanmu?**

Pekerja seni serabutan :p

- **Ceritakan suka duka saat bekerja di Twitalk. Momen apa saja yang menarik, baik susah atau senang.**

Tidak ada susah maupun senang, yang ada bermanfaat atau tidak. Selama menghargai proses. Apapun pasti bermanfaat.

- **Sesuai dengan tugasmu, inovasi apa lagi yang ingin diberikan untuk Twitalk?**

Mendapatkan itu mudah, mempertahankannya yang sulit. Tidak banyak berharap kepada inovasi, selain membuat proses semakin kokoh.

Narasumber : Andin Rahmana

Jabatan : Admin *social media*

Waktu : 7 Januari 2013

---

## 1. Radio

- **Mengapa Twitalk memilih radio lokal sebagai media pilihannya?**

Karena seperti yang kita tahu, radio di Indonesia ini ruang lingkupnya masih bersifat lokal, jadi Twitalk memutuskan untuk berkonvergensi, membawa budaya Twitalk di Twitter menjadi format *radio show*, di radio lokal. Dengan konvergensi ini, diharapkan semakin banyak audiens yang bias mengikuti Twitalk Twitter *show* atau *radio show*, dan tentunya saling menguntungkan bagi radionya maupun Twitalk sendiri. Radio mendapat konten yang bagus dari Twitalk, Twitalk mendapat media yang bagus untuk mengembangkan namanya, kontennya, audiensnya, dan seterusnya.

Oh iya, dan radio itu sederhana, tapi bisa menjadi teman yang dekat. Maka radio dahulu yang dipilih untuk konvergensi Twitalk. Kalau kedepannya misalnya ada peluang untuk kerjasama di TV, kenapa tidak?

- **Mengapa memilih radio lokal Jogja? Bagaimana karakteristik masyarakat Jogja dapat sesuai dengan karakteristik pendengar program acara *talk show* seperti Twitalk?**

Jogja itu budaya guyub dan komunitasnya sangat kuat. Selain mengadakan *talkshow*, Twitalk juga ingin menjalin relasi dan mengangkat seputar indahnyanya berkomunitas. Nah ini pas banget, mengangkat komunitas, dan target audiensnya juga komunitas-komunitas lainnya.

Kedua, Jogja ini gudangnya anak muda, lebih-lebih yang kreatif. Nah, disitulah salah satu audiens Twitalk. Aktif, kreatif, berkomunitas, berwawasan luas, dan diharapkan Twitalk bisa membukakan wawasan mereka menjadi lebih luas.

- **Mengapa Twitalk memilih Swaragama FM sebagai salah satu medianya?**

Swaragama FM sudah punya nama yang cukup terkemuka di Jogja, dan menjadi salah satu radio anak muda terfavorit di Jogja. Akan sama-sama menguntungkan bila bekerjasama dengan Swaragama FM sebagai partner konvergensi Twitalk utk membuat radio show. Basis massa Swaragama FM pun sudah besar, begitupun Twitalk. Pihak Swaragama FM juga sangat terbuka untuk bekerjasama dan akhirnya terjalinlah kerjasama yang baik, yang menciptakan sebuah segmen program yang baik.

## **2. Twitter - Twitalk**

- **Apakah Twitalk itu?**

Twitalk adalah *talkshow* yang diangkat ke Twitter. Akun Twitalk bekerja sebagai sang pewawancara, menghimpun pertanyaan dari *follower*/audiens, dan kemudian memilih pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan ke narasumber. Idenya sederhana, banyak orang yang mau banget tanya-tanya ke artis/*public figure*/tokoh idola mereka. Nah, Twitalk menjembatani itu, karena percakapan di Twitter sifatnya horisontal atau sejajar. Twitalk juga merupakan the talkshow twitter pertama di dunia, yang sekarang formatnya mulai banyak diadaptasi akun-akun lainnya. (tadinya) twitalk tayang setiap hari Kamis jam 9

malam, atas riset bahwa jam tersebut adalah jam paling aktif di twitter Indonesia dalam seminggu.

- **Bagaimana kah ‘cara main’ atau cara kerja Twitalk?**

Sederhana sekali. Twitalk akan menentukan sebuah tema yang akan diangkat dalam setiap episodenya, lalu mengundang atau melamar seorang narasumber yang kompeten / punya keahlian di bidang tersebut. Narasumber tersebut tidak harus artis, tapi juga bisa tokoh, bahkan akun brand atau akun fiktif sekalipun (contohnya @inemthemaiddan @holycowsteak).

Bila lamaran untuk melakukan twitalk di hari Kamis jam 9 malam di minggu tersebut disetujui, maka akun Twitalk akan mengumumkan ke follower / audiens untuk “menonton” talkshow tersebut, dan ikut berpartisipasi dengan mengirimkan pertanyaan kepada narasumber.

Pertanyaan yang masuk akan disortir, kemudian akan ada 10 pertanyaan yang sudah disiapkan saat wawancara dimulai. Tepat jam 9, akun twitalk akan mulai memberikan pertanyaan, dan narasumber menjawab dengan metode reply, layaknya dua orang bercakap-cakap. Pada saat yang sama, seluruh audiens juga bisa melihat percakapan ini seperti menonton talkshow di televisi. Namun bedanya mereka bisa mengikuti dimana saja, sambil melakukan apa saja

- **Konsep seperti apakah yang ingin dibangun Twitalk dalam dunia Twitter?**

Konsep interaksi dan kesesejaraan dalam Twitter. Twitalk menyadari bahwa Twitter merupakan sebuah *platform* media yang bisa dikembangkan dan dimanfaatkan sedemikian rupa, untuk memberikan manfaat bagi banyak orang,

terutama pertukaran informasi dan inspirasi. *Talkshow*, diyakini Twitalk menjadi salah satu kegiatan di Twitter yang bisa memberikan banyak manfaat.

- **Apa sajakah kelebihan dan kekurangan Twitalk?**

Kelebihan utamanya adalah revolusioner. Pewawancara dan yang diwawancara tidak perlu berada dalam ruang dan zona waktu yang sama. Pernah satu waktu Twitalk mewawancarai Bondan Winarno, yang saat itu tengah berada di Italia. Yang dibicarakan pun bisa dilihat oleh banyak orang dalam sekali jalan, tanpa harus memanfaatkan media konvensional yang ada dan berbayar. Semua informasi dan pengetahuan yang dibagikan menjadi gratis, dan menyebar. Semua juga mendapat manfaatnya di Twitalk ini. Si narasumber bisa berbagi, si penonton bisa mendapat ilmu dan inspirasi. Penyelenggara pun sebagai pemilik media bisa memasang slot iklan (beberapa kali terjadi) karena memiliki massa yang bisa dijadikan target audiens iklan.

Kekurangannya, lebih ke konsistensi sih, sejujurnya. Tidak mudah menjalankan Twitalk secara konsisten setiap minggu, karena sumber daya manusia yang ada, atau kendala teknis lainnya. Semoga bisa diperbaiki dan lebih baik kedepannya.

- **Bagaimana Twitalk memilih topik yang akan dibahas serta narasumber yang akan diajak berdiskusi?**

Bisa jadi melihat momen terdekat, seperti pada saat Hari Kartini dan Hari Bumi, kita mengundang Dewi Lestari yang aktif dalam kegiatan “Sobat Bumi”. Atau saat itu sedang *happening* @Liputan9, kita hadirkan wawancara

eksklusifnya untuk *follower* Twitalk. Bisa juga karena sedang ada kegiatan yang akan dilakukan dalam waktu dekat.

- **Bagaimana karakteristik narasumber yang diundang dalam *talk show* di Twitter ini?**

Yang pasti memiliki banyak cerita untuk dibagi, punya sisi menarik, entah dari profesionalisme, idealisme, pelajaran hidup, kesukaan atau hobinya.

- **Selain aktif di media *online*, apakah ada program lain yang dilakukan Twitalk di media *offline*?**

Twitalk juga mengadakan *gathering* lintas komunitas, dan sudah dua kali mengadakannya, di Jakarta dan Jogjakarta. *Gathering* lintas komunitas ini mengundang komunitas untuk mengikuti Twitalk *live*, yang mengundang narasumber lokal untuk kemudian diwawancara ala Twitalk.

Twitalk juga aktif untuk membuka booth di berbagai acara, seperti Social Media Festival di Jakarta atau GeekFest di Bandung, untuk memperkenalkan Twitalk ke lebih banyak orang yang mungkin selama ini belum bisa tahu Twitalk secara *online*.

- **Sejauh mana Twitalk mencapai kesuksesannya dalam ranah *online* dan *offline activities*?**

Untuk mendukung berbagai kegiatan, Twitalk menjalin hubungan dengan komunitas, sehingga berbagai informasi terbaru langsung tersampaikan serentak dengan cepat, juga memanfaatkan *social media* Twitalk sendiri, juga *media partner* seperti SalingSilang dan Swaragama FM.

### 3. Faktor yang Mempengaruhi Program Siaran

#### a. Audiens

- **Siapa sajakah audiens atau pendengar program acara ReTweet Swaragama?**

Adalah kalangan dewasa muda Yogyakarta, yang berumur 18-35 tahun sesuai target audiens Swaragama. Tipikalnya adalah aktif, terbuka, pelaku aktif dunia *digital* dan *social media* serta komunitas.

- **Bagaimanakah tanggapan para audiens Swaragama mengenai program acara ReTweet ini?**

Cukup baik, yang ditunjukkan dengan cukup tingginya pendengar yang dilihat dari *rating*, jumlah pendengar *streaming*, jumlah *mention* yang masuk ke Twitter @swaragamafm maupun @twitalkID dan sentimen *tweet* yang masuk, yang kebanyakan positif.

- **Bagaimanakah tanggapan para *followers* Twitalk mengenai program acara ReTweet Swaragama?**

Para *followers* Twitalk pada awalnya ragu terhadap program ini, karena dinilai membuat *talkshow* menjadi konvensional kembali. Tapi setelah berjalan beberapa lama, responnya cukup baik, yang ditunjukkan dari *mention* yang masuk pada saat acara.

- **Bagaimana pendengar memberikan umpan balik (*feedback*) pada saat acara berlangsung dan *off air*?**

Bisa secara interaktif melalui SMS, *mention* ke @swaragamafm atau @twitalkID juga dengan *retweet* di *live tweet* pada saat acara berlangsung.

Semakin banyak respon/*reply tweet/retweet/mention* yang diterima, semakin baik *episode* tersebut.

**b. Pengelola dan pemilik stasiun**

- **Bagaimanakah pengelola dan pemilik stasiun merencanakan program acara ReTweet bersama dengan tim Twitalk?**

Pengelola stasiun (dalam hal ini Program Manager Swaragama FM, Boma Ardhan) duduk bersama pengelola Twitalk (dalam hal ini Pungkas Riandika) untuk merencanakan seperti apa konsep program, batasan program dan bagaimana program akan berjalan. Pengelola stasiun kemudian berkoordinasi dengan penyiar jam tersebut, dan akan melakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi kemudian dibicarakan antara pengelola stasiun dan tim Twitalk, untuk merencanakan langkah ke depan. Hal inilah yang membuat pergantian konsep program ReTweet, dari menyiarkan wawancara Twitalk sebelumnya, menjadi membicarakan seputar *social media*.

- **Sejauh apakah intervensi yang dilakukan oleh tim Swaragama dalam pembentukan materi program acara ReTweet?**

Tim Swaragama tidak banyak memberikan intervensi, namun hanya memberikan usulan dan masukan serta batasan agar format program tetap bisa berjalan dengan baik di radio.

- **Apakah ada pesan khusus dari pengelola dan pemilik stasiun yang kemudian mempengaruhi perencanaan dan produksi program acara ReTweet?**

Tidak ada pesan khusus, hanya saja ajakan untuk berkolaborasi dan saling menguntungkan, agar kedua pihak, baik Swaragama FM dan Twitalk sama-sama diuntungkan dengan adanya program acara ReTweet ini. Misalnya dalam memilih narasumber yang akan *on-air* adalah dari *episode* Twitalk ke berapa, atau narasumber mana yang lebih baik tidak di *on-air* kan.

#### c. Regulator

- **Peraturan apakah yang digunakan Swaragama dan Twitalk dalam membuat batasan program siaran ReTweet?**

Mengikuti standar program radio di swaragama, seperti misalnya dalam satu kali cut durasinya berapa menit, apa yang boleh disiarkan dan tidak boleh disiarkan sesuai standar penyiaran (KPI atau apa gitu, aku lupa, haha). Gaya bahasa, topik yang akan dibahas, narasumber yang akan diundang juga disesuaikan dengan karakter Swaragama sendiri.

#### 4. Perbincangan Radio (*talk show*)

- **Bagaimana cara pemilihan *host* yang akan memandu program acara ReTweet?**

Ketika proses menentukan *host* yang akan memandu program ReTweet, perwakilan Twitalk dan Swaragama FM berdiskusi kira-kira pada jam berapa acara ini akan tayang, lalu menyesuaikan dengan penyiar di jam tersebut. Lalu setelah diperkirakan akan cocok cara bicara dengan *co-host* dari Twitalk (Pungkas), maka dilakukan uji coba siaran perdana. Ternyata cocok dan dilanjutkan untuk *episode-episode* selanjutnya.

- **Topik dan isu seperti apakah yang akan diangkat oleh ReTweet dalam program acara *talk show*-nya?**

Awalnya, topik yang diangkat oleh ReTweet dalam setiap acaranya tidak keluar dari apa yang menjadi 5 inti utama TwitalkID, yaitu *Professionalism*, *Idealism*, *Life Lesson*, *Interest*, dan *Hobbies*. Swaragama FM menambahkan satu topik yaitu *Dream*, sesuai dengan tematik tahunan Swaragama FM yang pada tahun 2012 mengangkat tema “Mimpi”. Dalam episode-episode selanjutnya, topic yang dibahas dalam program ReTweet lebih kearah komunitas, perkembangan social media, pemanfaatannya, tren yang sedang terjadi, dan seputar dunia industri digital baru (startup).

- **Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan oleh tim Twitalk dan tim Swaragama dalam proses produksi program acara ReTweet?**

Dalam *meeting* perdana, tim Swaragama dan ReTweet berdiskusi untuk rancangan besar program ini. Setelah ketemu rancangan besarnya, kemudian di *breakdown* menjadi detail-detail yang disepakati bersama, untuk akhirnya disempurnakan menjadi program siaran perdana. Setelah program siaran perdana, dilakukan evaluasi via *email* untuk membahas perkembangan program dari minggu ke minggu, dan arah program kedepannya. Contoh kasusnya adalah bergesernya konsep ReTweet yang tadinya adalah “Twitalk yang diradio-kan”, menjadi “Seputar *Social Media* dan Industri Digital”.

- **Bagaimana urutan proses produksi *talk show* ReTweet?**

Setelah *meeting* perdana menentukan rancangan besar program hingga menjadi detail, masing-masing tim Twitalk dan Swaragama FM berdiskusi secara

internal untuk mempersiapkan kebutuhan masing-masing. Tim Swaragama mempersiapkan dari segi teknis produksi siaran (*manpower*, konsep siaran, pembawaan siaran, media interaksi). Sementara Tim Twitalk mempersiapkan dari segi konten siaran (topik, narasumber).

#### 5. @twitalkID

- **Sebagai admin @twitalkID, apakah yang dilakukan oleh akun tersebut saat siaran *on air* ReTweet berlangsung?**

Woro-woro mengajak sahabat Twitalk (*follower*) untuk mengikuti acara ReTweet lewat radio terrestrial, *live streaming*, atau *live tweet* dari akun @swaragamafm. Kadang-kadang juga kalau ada info penting seputar ReTweet atau Twitalk, ikut *tweet* dan *retweet* dari @swaragamafm.

- **Apakah akun @twitalkID juga berinteraksi dengan akun @swaragamaFM? Seperti apakah interaksinya?**

Akun @swaragamafm akan lebih aktif nge-*tweet* menceritakan obrolan yang terjadi di siaran *on air* ReTweet, sementara @twitalkID hanya me-*retweet* atau mengajak *follower* untuk menyimak apa yang ada di @swaragamafm.

Interaksinya berupa saling *promote*. Sebelum dan saat *on air* *retweet*, @twitalkID akan mem-*promote* acara ini agar *follower* bisa bersiap untuk ikut menyimak. Sepanjang acara @swaragamafm juga akan mem-*promote* @twitalkID kepada *follower*-nya, agar Akademia Jogja (sebutan pendengar) bisa mengikuti *live tweet talkshow* pada Kamis jam 21.00, atau mengutip kata-kata dari *tweet* @twitalkID.

- **Ceritakan proses kamu jadi *admin* @twitalkID saat proses *on air* berlangsung!**

Haha, karena aku adalah *admin* @swaragamafm sekaligus @twitalkID disini, jadi ya *update* keduanya berbarengan, tapi saat proses *on-air* berlangsung, lebih aktif di @swaragamafm. Akun @twitalkID digunakan hanya untuk *promoting radio show/Twitter talkshow*, *me-retweet* dan menyampaikan info-info penting seputar acara ReTweet dan Twitalk. Misalnya @swaragamafm mengutip kalimat atau *quote* dari obrolan *on-air* dan di *tweet*, dituliskan (via @twitalkID), dan @TwitalkID *me-retweet*. Jadi ya, aktif keduanya :D

Narasumber : Boma Ardhian

Jabatan : Program Manager Swaragama

Waktu : 12 Januari 2013

---

## 1. Konvergensi Media

- **Konvergensi media seperti apa yang dilakukan oleh Twitalk dengan radio Swaragama FM?**

Mengadaptasi Twitalk. Bukan mentang-mentang menjiplaknya. Jadi aku buat versi audionya dari Twitalk.

- **Sejauh mana Twitalk dengan radio Swaragama FM melakukan konvergensi media?**

Kerja sama yang ditawarkan *sih* ya ini. Aku mengajak secara *personal* Pungkas. Itulah aku menamai programnya ReTweet bukan Twitalk *on radio*. Karena aku tidak mengajak kerja sama lembaganya. Memang yang diangkat adalah Twitalk karena dia adalah *Founder*-nya. Sebetulnya dulu pernah ada kerja sama sisi *off air*. Tapi pada waktu itu belum sampai terlaksana. Saat itu Pungkas nawarin bikin acara.

- **Bagaimana Twitalk dan radio Swaragama FM awalnya bekerja sama?**

Dari awal sebetulnya masih bingung mau ajak kerja sama Twitalk. Diskusi dulu sama Pungkas, gimana kalau aku adaptasi Twitalk. Kan Twitalk *talkshow* di Twitter, aku buat versi *audio*-nya. Tidak secara *real time* saat Twitalk berlangsung, karena aku tidak membatasi harus kapan. Tapi akan lebih sah kalau *nggak* lama-lama dari waktu Twitalk tayang. Yaudah kita sepakati hari

Rabu. Rabu minggu depannya kita ulangi pembicaraan yang dilakukan di Twitalk versi *on air*-nya.

## 2. Faktor yang Mempengaruhi Program Siaran

### a. Audiens

- **Siapa sajakah audiens atau pendengar program acara ReTweet Swaragama?**

Agak susah melacak audiens Twitalk ke Swaragama. Yang aku lihat adalah pendengarku. Aku punya pendengar dengan usia 18-35 tahun. Tapi di program Dreamland itu lebih ke usia kuliah 20-35 SES AB yang melek teknologi. Mereka “Smart Mature Fun Friendly”. Tidak memasalahkan dia *follower* Twitter Swaragama atau Twitalk.

- **Bagaimanakah tanggapan para audiens Swaragama mengenai program acara ReTweet ini?**

Kalau menurut analisis kami, tanggapan makin lama makin bagus. Jadi memang karena terbantu dengan *live twit* Swaragama FM. Sebenarnya balik-balik sih. Dari sosial media diangkat ke radio, tapi *live tweet* jalan. Jadi balik lagi ke *social media* gitu kan, yang nge-RT banyak karena memang format program ini berupa *sharing* berbagi bukan interaksi dua arah. Makanya jarang yang berkomentar atau bertanya. Tapi lebih banyak RT. Itu yang kami tangkap. *Atleast*, biarpun mereka gak mendengar audionya nih tapi ngikutin *social media*-nya dan dia me-RT berarti dia akan membaca konten programnya. Yang aku tangkep memang dua arah. Pendengar radio itu memang susah untuk di grab kecuali bis amelihat repson langsung. Kalau

komentar dikit karena jarang melempar pertanyaan. Kalau survey belum kita lakuin.

Oiya. Satu lagi respon yang aku tangkap dari *streaming*. Enaknya radio terrestrial yang pake frekuensi dengan *streaming*. Kalo *streaming* kita bisa langsung di *capture*, berapa orang nih yang dengerin kita dan berapa unit IP nya. Waktu itu terbilang tinggi. Memang terbantu juga karena malam hari. Orang lebih banyak *streaming* di jam malam. Tapi kalau terrestrial kesusahan menangkap. Itu salah satu program ini berhasil atau enggak. Respon SMS dan respon orang luar.

- **Bagaimana pendengar memberikan umpan balik (*feedback*) pada saat acara berlangsung dan *off air*?**

Waktu Retweet *on air*, tidak ada *feedback*. Kecuali ketika Pungkas memberi tips-tips. Acara ini memang tidak mengakomodir pertanyaan. Porsi interaksi tidak banyak, tapi lebih banyak bertanya ke Pungkas. Lebih banyak *re-tweet*. Kalau SMS sedikit, tidak sampai sepuluh dalam satu kali episode.

#### **b. Pengelola dan pemilik stasiun**

- **Bagaimanakah pengelola dan pemilik stasiun merencanakan program acara ReTweet bersama dengan tim Twitalk?**

Dari awal tahun sudah punya keinginan. Bagaimana menggabungkan antara program radio dengan sosial media yang tidak hanya sebatas *tweet* mengenai konten dan *request*. Tetapi benar-benar ada “sesuatu” yang diangkat dari sosial media dalam bentuk *on air*.

Yang kedua adalah memang dari awal aku mau mengajak pungkas untuk menjadi *host* konten. Memang strategiku di tahun kemarin salah satunya adalah banyak mengajak *host* konten. *Host* konten adalah penyiar tamu yang dia seorang pakar di bidang tertentu, dia *opinion leader* di komunitas tertentu, dia profesional dan dia populer. Ada empat kriteria kenapa kami memilih *host* konten.

Salah satu strategiku adalah bagaimana mendapatkan pendengar sebanyak banyaknya. Disatu sisi kebutuhan gimana membuat program radio yang berisi tidak hanya muterin lagu. Dan pungkas punya empat kemampuan itu. Aku pengen ajak Pungkas dari lama untuk mengisi di swaragama. Akhirnya ketemu jalannya di Twitalk itu.

Selain tren, yang ketiga ini memang tematik tahunan Swaragama FM adalah “Lets Sing Your Dream”. Jadi kita ingin mengajak pendengar untuk mewujudkan mimpinya. Kita dapet konsep itu di Twitalk. Inspirasi tokoh-tokoh Twitalk bisa berhasil sehingga dapat meng-*encourage* pendengar kami untuk “Wah keren nih! Aku pengen dong mencapai mimpi seperti itu”.

- **Sejauh apakah intervensi yang dilakukan oleh tim Swaragama dalam pembentukan materi program acara ReTweet?**

Tidak banyak. Aku mengikuti alur kerja Twitalk, dan mengikuti Pungkas. Sisanya dikerjakan oleh Ayu dan Andin. Tapi semua materi disetujui oleh aku dulu.

- **Apakah ada pesan khusus dari pengelola dan pemilik stasiun yang kemudian mempengaruhi perencanaan dan produksi program acara ReTweet?**

Yang jelas, sesuai dengan kebutuhan yang sesuai dengan audiens Swaragama. Apapun yang mau kamu bikin yang memang cocok dengan karakter Swaragama dan itu bisa memajukan Swaragama.

**c. Pemasang iklan dan sponsor**

- **Sejauh mana pemasang iklan dan sponsor mempengaruhi program acara ReTweet?**

Dalam satu jam pasti ada iklan. Tapi itu bukan kategori iklan ini mensponsori acara. Karena itu memang sudah jamnya ada iklan. Belum ada yang beli iklan di waktu ReTweet tayang. Sah sah aja kalau misalnya aku telpon direktornya Pertamina. Jika aku butuh informasi atau inspirasi. Bukan dianggap jualan. Asal *gak* ngomongin program.

- **Bentuk promosi seperti apakah yang ditawarkan Twitalk dan Swaragama pada pengiklan dan sponsor untuk mendanai program acaranya?**

Waktu itu diskusi gimana kalau ada sponsor. Misalnya yang dapetin adalah Twitalk, yaudah nanti tinggal dibicarakan aja. Tapi belum pernah, cuma terselubung ada nih. Yang diwawancara adalah *leader* XL, semacam *Self promotion* dr xl. Tapi *gak* masalah mau *nyebutin brand* atau enggak. Yang penting aku mendapatkan inspirasi dari orang ini. Biarpun yang diwawancarai

adalah pebisnis dan menyebutkan *brand*-nya. Kita anggap sebagai bukan iklan. Yowes yang penting aku mendapatkan inspirasi dari orang ini.

- **Bagaimanakah proses promosi yang dilakukan Twitalk untuk memenuhi kerja samanya dengan pengiklan?**

Kategori yang jadi sponsor acara itu seperti apa. Dalam satu jam itu jelas pasti ada iklan, tapi itu bukan kategori iklan ini mensponsori acara. Karena itu memang sudah jamnya ada iklan. Sampai saa ini belum ada yang beli iklan di waktu ReTweet tayang.

Sah sah aja kalau misalnya aku telepon Direktornya Pertamina. Jika aku butuh informasi atau inspirasi. Bukan dianggap jualan, asal gak ngomongin program *brand* tersebut.

#### **d. Regulator**

- **Apakah program acara ReTweet sudah sesuai dengan peraturan dan perundangan mengenai penyiaran yang dikeluarkan oleh KPI (P3SPS)?**

Intinya yang aku tangkap adalah aku *bikin* program yang tidak meresahkan orang, tidak menyangkut SARA dan menyangkut pornografi.

- **Peraturan apakah yang digunakan Swaragama dan Twitalk dalam membuat batasan program siaran ReTweet?**

Soal batasan itu juga sempat kita bahas soal narasumbernya. Kadang ada narasumber yang *gak* cocok untuk anak muda, yang agak lama. Ada tamu yang *gak* cocok untuk anak muda. Ya untungnya selama penayangan ReTweet *gak* ada kejadian seperti itu. Tetep nyambung aja. Pinter piner Ayu

dan Pungkas sebagai host mengemasnya. Supaya biarpun dia orangnya diluar segmen swaragama tetep masih bisa terdengar jiwa mudanya ada inspirasi yang dibagi.

### **3. Perbincangan Radio (*talk show*) - ReTweet**

- **Bagaimana cara pemilihan *host* yang akan memandu program acara ReTweet?**

Setiap *host* konten harus didampingi penyiar Swaragama. Tidak semua *host* konten punya keahlian untuk siaran. *Host* kami sebagai pemantik obrolan, seperti moderator biar obrolan ikut keluar. Tetapi tetap yang diambil adalah *host* konten karena lebih mendalami dan lebih bisa mngorek pertanyaan daripada *host* kami.

- **Topik dan isu seperti apakah yang akan diangkat oleh ReTweet dalam program acara *talk show*-nya?**

Topik selalu mengikuti Twitalk. Pungkas kadang tidak bisa datang dan tidak teratur. Kadang topik yang diangkat bukan topik minggu lalu, tapi tetap mengacu dengan Twitalk. Pada akhirnya tidak mengacu pada Twitalk lagi. Malah kebanyakan tentang tips media sosial. Ada pergeseran format karena kehabisan *resource*.

- **Bagaimana perencanaan produksi yang dilakukan oleh tim Twitalk dan tim Swaragama dalam proses produksi program acara ReTweet?**

Karena posisiku sebagai Program Manager adalah meng-*create* dan mengkonsep sebuah program, aku *ngobrol* dan diskusi sama Pungkas.

*Branstorming* mengenai *episode* sudah dikonsep dari awal. Teknis saat siaran lebih aku serahkan ke penyiar Ayu Andin. Mereka yang diskusi kira kira tiap minggunya seperti apa. Kalau Pungkas kehabisan ide, Ayu dan Andin yang akan memberi saran.

Jika ada program baru yang akan membuka jalan saya. Saya bertugas mencari narasumber, *lobbying* dan *briefing* penyiar. Saat siaran pertama dan kedua, saya masih ikut berada di studio. Selanjutnya saya tinggal dan terima laporan dari produser atau penyiar saja.

- **Mengapa memilih waktu tayang pada malam hari?**

Kenapa memilih jam 10 malam dan Rabu karena dengan pertimbangan si narasumber memang sudah tidak sedang di jalan atau di rumah dan berada di tempat yang santai. Hari Rabu dianggap sebagai hari di mana si narasumber juga lebih banyak *stay* di kota itu. Kalau hari Jumat dia mungkin lagi *party* atau liburan keluar kota. Kalau hari Rabu lebih banyak *stay* di dalam kota, dan malam hari karena dia tidak di jalan. Tadinya mau nawarin sore hari, tapi pasti masih di jalan. Lalu pas programnya sama dengan format program DreamLand, *inspiring and sharing*.

Narasumber : Ayu Rizqia

Jabatan : Host Program DreamLand - ReTweet

Waktu : 12 Januari 2013

---

## 1. Swaragama FM – ReTweet

- **Sebagai apa kamu bekerja di Swaragama FM?**

Selain sebagai penyiar di program DreamLand, aku juga menjabat sebagai HR Manager mengurus karyawan Swaragama.

- **Bagaimana suasana kerja di Swaragama FM?**

Menyenangkan, tapi kami (penyiar dan produser) lebih sering *meeting* di *cafe* daripada di kantor. Kalau di *cafe* itu suasananya lebih nyaman, ada *free wi-fi* lagi. Jadi kalau mau *browsing* langsung aja. Kalau lapar ya tinggal pesan makan. Suasana kaya gini yang bikin *meeting* jauh lebih menyenangkan.

- **Sebagai penyiar dan HR Manager, bagaimana Ayu menempatkan diri?**

Aku memang terkenal cukup galak, tapi aku berlaku adil pada semua karyawan, walaupun aku juga karyawan disini hehe. Semua karyawan boleh berpakaian santai, sesuka dan senyaman mereka. Kalau mereka nyaman, kan kerjanya jadi lebih semangat dan menyenangkan. Itu yang ingin aku tanamkan.

## 2. ReTweet

- **Bagaimana pembagian porsi *host* antara Ayu dengan Pungkas?**

Seperti yang sudah dijelaskan Boma. Pungkas disini sebagai *host* konten, aku sebagai penyiar Swaragama yang membantu Pungkas mengoperasikan alat-alat di studio. Sebenarnya, aku lebih banyak porsinya, karena semua alur aku yang

pegang. Yang memberi jeda iklan dan lagu juga aku. Pungkas hanya sebagai pengisi konten saat sesi wawancara dengan narasumber. Dia jauh lebih mengerti dan mendalami bidang itu.

- **Saat siaran, Ayu ditemani oleh siapa?**

Aku ditemani oleh Andin, produser ReTweet. Dia yang membantuku mengatur alur acaranya. Karena Andin juga tim Twitalk, dia juga jauh lebih mengerti mengenai Twitalk daripada aku, begitu juga dengan narasumbernya.

- **Bagaimana Ayu mengatasi *random*-nya topik yang diangkat oleh Twitalk dalam setiap episode ReTweet?**

Untung ada Pungkas, jadi dia yang lebih menguasai materi. Tapi aku kan sebagai penyiar juga harus ngerti tentang topiknya, jadi aku sebelumnya tanya-tanya Pungkas dulu. Sejauh ini topik yang diangkat cukup *up to date* jadi aku juga *ngikutin*.

- **Menurut Ayu, bagaimana respon audiens DreamLand akan kehadiran program ReTweet?**

Wah pendengarku jadi tambah banyak! Mereka suka dengan ReTweet karena topik yang diangkat bagus dan *up to date*, apalagi yang seputar tips-tips bermedia sosial. Pendengarku paling suka bagian itu, hehe. Di Twitter juga banyak yang *me-retweet* dari akun Swaragama tentang ReTweet. Jadi, positif banget, dapet ilmu tapi gak terlalu berat. Aku juga, banyak pengetahuan baru yang aku *dapetin* selama jadi *host* ReTweet.

## LAMPIRAN 3

### COMPANY PROFILE TWITALK



www.twitalk.co.id | @twitalkID

Aktifitas social media yang mendukung konsep pendidikan informal. Mengawali geraknya melalui ranah online namun meneruskan materinya ke berbagai saluran media. Merupakan salah satu upaya optimalisasi positif jejaring sosial dan bentuk penghargaan pada insan inspiratif Indonesia. Di setiap kesempatan misi #TWITALK adalah menggerakkan masyarakat untuk bebas berpartisipasi dalam menggali ilmu pengetahuan baru.

#TWITALK adalah praktek *social movement* yang murni dilakukan serempak oleh masyarakat Indonesia untuk satu tujuan bersama yaitu **berbagi**.





Menjaln **people power** #TWITALK maju menjalankannya untuk menemukan tokoh-tokoh yang dipandang akan mampu membagi pengalaman dan memberikan wacana baru yang positif.

Hingga kini #TWITALK adalah pionir program **talkshow via Twitter yang pertama di Indonesia dan dunia**. Konsep ini merupakan sistem komunikasi interaksi yang kondusif terjadi di timeline.

### MEKANISME #TWITALK

**Lamaran H - I**  
Di hari Rabu, redaksi mengundang calon tokoh melalui mention twitter. Audiens diajak untuk mengalami proses lamaran ini sebagai spontanitas kebersamaan.

**Introduction**  
Redaksi memperkenalkan profil tokoh melalui artikel online dan berbantuan media tentang sosoknya.

**Promoting**  
Menginformasikan jadwal, tema perbincangan, instruksi mem-follow tokoh, how to join the show, mengumpulkan pertanyaan.

**Talkshow**  
Dimulai tepat 21.00 WIB. Akun @twitalkID memberikan 10 pertanyaan terpilih. Proses tanya jawab berlangsung.




### #LAMARAN #TWITALK







Topik biografi dan kontekstual terkini.

Percakapan berbasis hashtag.

Live talkshow.

### SKENARIO #TWITALK

- #TWITALK tayang seminggu sekali, setiap Kamis, pukul 21.00 WIB.
- Pada Rabu malam (H-1) #TWITALK akan menggunakan satu nama tokoh yang akan diajak berbincang. Sudah menjadi tradisi bahwa ia yang terpilih itu memilih karena berhalangan atau tak sempat mengti sesi.
- Perbincangan tidak akan di Retweet oleh @twitalkID, maka followers wajib Follow akun sang tokoh.
- Seluruh perbincangan dan diskusi juga dapat diikuti melalui click hashtag #TWITALK.
- #TWITALK akan memberikan 10 (sepuluh) pertanyaan utama yang wajib dijawab. 4 (empat) dari #TWITALK dan 6 (enam) adalah seleksi dari publik.
- Narasumber diperbolehkan menjawab lebih dari 1 (satu) kali Reply untuk 1 (satu) pertanyaan.
- Tidak ada durasi waktu yang membatasi waktu tayangan #TWITALK.

### FEEDBACK - RESPONSE

Follow @twitalkID yuk! Sekarang banyak yang menggunakan format #TWITALK untuk promosi. Tapi #TWITALK pionirnya & punya satu tujuan: BERBAGI!

### PEOPLE PROMOTE

#twitalk membuktikan tingkat kreativitas anak negeri yang sangat tinggi dalam memanfaatkan social media yang ada di internet.

sebuah thread di KASKUS #twitalk itu adalah sebuah nama forum diskusi online yang lagi banget di twitter.

Twitalk, Talkshow via Twitter Pertama di Dunia

memanfaatkan Twitter tak sebatas untuk pertemanan saja, tapi juga bisa untuk mengenal berbagai tokoh atau figur publik secara lebih dekat



**#twitalk**  
 Bring The Talkshow To Offline Sharing. Spreading The Spirit Of "Walk The Talk".

- venue @ Hizakuna Kemang, Jakarta
- **broadcasted live** from video streaming and livecasts
- more than 60 **opinion leaders** from media and agencies are joining

- venue @ Gempino Cafe, Yogyakarta
- **broadcasted live** from video streaming, livecasts, and radio talkshow reports
- more than 50 **communities** are joining

**#twitalk**  
 ROAD TRIP 2011

**Social Media Fest. #twitalk**  
 Jakarta Indonesia 2011 22-24 Sept

Merge with hundreds of Indonesian online communities

**#twitalk**  
 The First Live Talkshow Ever Happened On Twitter  
 @twitalkID | www.twitalk.co.id | Every Thursday at 9 PM

**#twitalk**  
 "Some people deserve more followers, some people deserve good tweets. Build the **bridge**."

**CONTACT**  
 Pungkas Riandika  
 pungkas@twitalk.co.id  
 081 808038000

all rights reserved TWITALK INC. 2012

## LAMPIRAN 4

### COMPANY PROFILE SWARAGAMA FM



|                                |  |   |  |
|--------------------------------|--|---|--|
| <b>INFORMASI STASIUN RADIO</b> | Nama Stasiun   | : Radio SwaraGama   | <b>101.7FMJOGJA!</b><br><b>SWARAGAMA</b><br> |
|                                | Frekuensi  | : FM 101,7 MHz  |  |
|                                | Call Sign  | : PMS5FPP   |  |
|                                | Siaran perdana   | : 27 Februari 2000  |  |
|                                | Slogan Radio   | : The Soundtrack of Your Life   |  |
|                                | Sebutan pendengar  | : Akademia Jogja  |  |
|                                | Kekuatan Pemancar  | : 8000 watt ( <i>maksimal</i> )   |  |
|                                | Jam siaran / hari  | : 24 jam / non stop ( <i>sistem pemancar ganda</i> )  |  |
|                                | Audio Processing   | : Optimod 8200FM ORBAN, Digital Audio Processor   |  |
|                                | Jangkauan siaran   | :<br>- Terrestrial = DIY dan sekitarnya<br>- Cyberworld = live streaming ke seluruh dunia                           |  |
|                                | Alamat   | : Gedung Gama Multi Usaha Mandiri, Bulaksumur Blok H.<br>No. 5, Jogjakarta<br>Telepon 0274-549513 ; Fax 0274-549513 |  |
|                                | Email  | : program@swaragama.com<br>marketing@swaragama.com  |  |
| Website                        | : www.swaragamajogja.com   |   |  |
| Twitter                        | : @SwaragamaFM   |   |  |
| Facebook Fanpage               | : www.facebook.com/swaragamafm   |   |  |
| Rekening Bank                  | : Bank Mandiri KCP UGM – Jogja,<br>No.: 137.00.0571927-9<br>: 01.852.587.3.542.000 |   |  |
| NPWP                           | : Contemporary Hit Radio   |   |  |
| Format Siaran                  | : 010069 27-000SU/2002 2012  |   |  |
| ISR                            | : 358/KEP/M.KOMINFO/06/2012  |   |  |
| IDR                            |  |   |  |

**101.7FMJOGJA!**  
**SWARAGAMA**

**Komposisi program :** perbandingan jumlah waktu penyiaran untuk program

- hiburan : 70 %
- news : 10 %
- iklan : 20 %

**Komposisi Musik :** Manca : 50 % ; Persada : 50 %

**Prosentase aliran musik :**

- Pop (rock, alternatif, dan jenis populer lainnya) : 95 %
- Lainnya : 5 %

**Fasilitas Pendukung :**

**Internet :** fiber optic

**Sistem administrasi:** Sistem adm. terpadu, online client service, messaging system, dll.

**Studio :** call box, produksi artistik, produksi berita

**Data demografis**

**Target pendengar :** usia 18 – 35 th, SES : A, B, C1-2

**Status / pekerjaan :** pelajar, mahasiswa, fresh graduate, eksekutif muda

**Pendidikan :** SMU, diploma, sarjana, pasca sarjana

**Sex profile :** 55 % perempuan, 45% laki-laki

**Distribusi usia :** prosentase usia pendengar yang dijang

- 18 – 19 tahun : 15 %
- 20 – 24 tahun : 60 %
- 25 – 35 tahun : 25 %

**Distribusi SES :** prosentase SES pendengar yang dilayani

- SES A : 25 %
- SES B : 50 %
- SES C1 : 20 %
- SES C2 : 5 %

**INFORMASI STASION RADIO**

**SWARAGAMA FM**  
THE SOUNDTRACK OF YOUR LIFE !

Komplek Sukoluwung Blok R no. 5, YK 55281 Phone: (0274) 549513, Fax: 549515 - www.swaragama.com

**101.7FMJOGJA!**  
**SWARAGAMA**

**ADVERTISEMENT RATE 2013**

| Jenis Iklan               | Durasi                   | 2013       | Jam Star                                    | Keterangan                                      |
|---------------------------|--------------------------|------------|---|---|
| Spot & Adlib Special Time | 60 detik                 | 200,000    | 00.00 - 05.00                               | Harga tidak berlaku pada saat puasa dan lebaran |
| Spot RT                   | 30 detik                 | 350,000    | 10.00 - 12.00 & 13.00 - 16.00               |   |
|                           | 60 detik                 | 400,000    |   |   |
| Spot PT                   | 30 detik                 | 400,000    | 05.00 - 10.00, 12.00 - 13.00, 16.00 - 24.00 |   |
|                           | 60 detik                 | 475,000    |   |   |
| Adlib RT                  | 60 detik                 | 500,000    | 10.00 - 12.00 & 13.00 - 16.00               | Quota max per jam 3 Adlibs, live / recorded     |
| Adlib PT                  | 60 detik                 | 600,000    | 05.00 - 10.00, 12.00 - 13.00, 16.00 - 24.00 | Quota max per jam 2 Adlibs, live / recorded     |
| Time Signal*              | 60 detik                 | 650,000    |   | Harga tidak berlaku pada saat puasa dan lebaran |
| Quiz/Insert               | 10 menit                 | 1,850,000  |   | Hadiah Quiz minimal @Rp 250,000                 |
|                           | 15 menit                 | 2,250,000  |   |   |
| Live Report               | 5 menit                  | 2,250,000  |   |   |
| Talkshow Semi Blocking    | 30 menit                 | 4,500,000  | Senin - Jumat                               |   |
|                           | 55 menit                 | 6,000,000  | Senin - Jumat                               |   |
| Talkshow full Blocking    | 30 menit                 | 6,000,000  | Senin - Jumat                               |   |
|                           | 55 menit                 | 9,500,000  | Senin - Jumat                               |   |
| OB Van                    | Reguler Event            | 7,500,000  |   |   |
|                           | Special Event            | 20,000,000 |   |   |
| Production Spot           | Monolog                  | 1,500,000  |   |   |
|                           | Dialog                   | 2,000,000  |   |   |
| Social Media              | 1x twitter & 1x facebook | 750,000    |   |   |

**SWARAGAMA FM**  
THE SOUNDTRACK OF YOUR LIFE !

Komplek Sukoluwung Blok R no. 5, YK 55281 Phone: (0274) 549513, Fax: 549515 - www.swaragama.com

## LAMPIRAN 5

### RETWEET SWARAGAMA



#### Apa itu ReTweet?

Mengadaptasi makna 'term' aslinya, "ReTweet" di sini merupakan program radio berformat lite talkshow (talkshow ringan) yang bermaksud meneruskan atau men-share topik obrolan yang terjadi di Social Media, khususnya Twitter.



Program berdurasi 60 menit ini menjadi segmen program DreamLand dan tayang tiap hari Rabu jam 10 – 11 malam di



#### ReTweet on Radio

Bekerjasama dengan account @TwitalkID, program ini akan dibawakan oleh Pungkas Riandika (praktisi iklan, social media dan konseptor @TwitalkID) sebagai Expert Co-Host.



ReTweet akan men-share apa yang diperbincangkan @TwitalkID menjadi format program ON-AIR di radio.

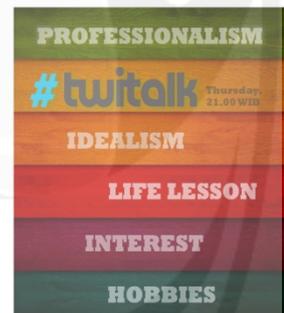
Misi utamanya adalah sharing INSPIRASI dari para tokoh lokal hingga nasional



#### What's The Topic?

Karena program ini mengadaptasi @TwitalkID, maka topik obrolan yang diangkat akan menyesuaikan dengan tokoh yang mereka hadirkan dalam talkshow online Twitter.

Tokoh yang diwawancara di @Twitalk hari Kamis akan diwawancara On-Air di hari Rabu minggu depannya.



#### Value Added

Selain wawancara on-air dengan tokoh yang diangkat @TwitalkID, setiap minggunya juga akan ada info tentang tren Social Media landscape dan obrolan dengan beragam komunitas online yang ada di Twitterland, sehingga program ini dapat memiliki efek viral yang lebih luas.



Wawancara tokoh dan obrolan dengan komunitas online dilakukan langsung di studio maupun interview by phone.

#### Rundown

- 00.00 – 00.30 : Bumper In ReTweet
- 00.30 – 02.30 : Opening by Host & Co-Host
- 02.30 – 05.00 : Lagu 1
- 05.00 – 10.00 : Interview tokoh by @TwitalkID (cut 1)
- 10.00 – 14.00 : Lagu 2
- 14.00 – 18.00 : CommBreak + Station ID's
- 18.00 – 21.00 : Lagu 3
- 21.00 – 26.00 : Interview tokoh by @TwitalkID (cut 2)
- 24.00 – 27.00 : Lagu 4
- 27.00 – 31.00 : Lagu 5
- 31.00 – 34.00 : Update Info Tren Social Media
- 34.00 – 38.00 : Lagu 6
- 38.00 – 42.00 : CommBreak + Station ID's
- 42.00 – 45.00 : Lagu 7
- 45.00 – 50.00 : Interview komunitas online
- 50.00 – 53.30 : Lagu 8
- 53.30 – 56.00 : Closing by Host & Co-Host
- 56.00 – 59.30 : Taser untuk tokoh yang akan dibahas di @TwitalkID Kamis besok
- 59.30 – 60.00 : Bumper Out ReTweet

