

STRATEGI TIM PRODUKSI STAR RADIO 107.3 FM DALAM MENENTUKAN TOPIK DI PROGRAM "STAR IN THE MORNING" PERIODE OKTOBER 2018

Tasya Siswandari

Email : tasyasiswandari@gmail.com

Dudi Iiskandar

Email : dudisabiliskandar@gmail.com

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Budi Luhur

ABSTRACT

This study aims to determine how the strategy of the production team of Star Radio 107.3 FM in determining topics in the "Star In The Morning" program for the October 2018 period. In this study, researchers used the post-positivism paradigm with a qualitative approach and also a descriptive method. That is why this research was based on the results of interviews and observations that researchers have done for each of the informants, namely the research subjects were members of the Star In The Morning production team including Key Informants, Informants 1 and Informants 2. The research object was the Star In The Morning broadcast program on Star Radio. The results showed that the strategy used in the purpose of determining the topic when the production of broadcast programs was a strategy based on Peter Pringle's strategy concept program. Planning reveals the strategies of the production team, namely attractions, interest, desire, actions. The role of the production team and its duties and responsibilities becomes the organizing stage. The existence of chemistry in all aspects becomes the stage of direction and gives influence in determining the topic. Alternative comparisons and program evaluations are the stages of supervision carried out by the production team.

Keyword : *Strategy, Production Team, Broadcast, Topics.*

PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi memungkinkan orang di seluruh dunia untuk saling berkomunikasi. Menurut Suryanto (2017: 25), "Untuk memenuhi kebutuhan biologis, seperti makan dan minum, serta memenuhi kebutuhan psikologis, seperti sukses dan kebahagiaan, manusia membutuhkan komunikasi antara satu dengan yang lain."

Hal ini dimungkinkan karena adanya berbagai media yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan, agar proses penyampaian komunikasi tidak terbatas. Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiennya dalam jumlah yang sangat banyak.

STAR Radio awal mengudara pada tanggal 11 Maret 1990 di Tangerang dan sebagai satu satunya radio yang memutar lagu-lagu pop hits baik Indonesia maupun

mancanegara di Tangerang. Cita-cita STAR Radio adalah menjadi Radio yang bermanfaat serta mendapat hati di kalangan masyarakat Tangerang (Star Radio, 2018).

C Klaim atau pernyataan Star Radio di atas, bahwa satu-satunya radio yang dituju oleh masyarakat di Tangerang adalah Star Radio, mejadi data untuk latar belakang penelitian ini. Salah satu program yang ada di Star Radio adalah *Star in The Morning* yang memiliki jumlah interaksi dengan pendengar yang cenderung stabil.

Program *Star in The Morning* merupakan program *daily* yang mengudara setiap hari Senin – Jumat, pukul 06.00 – 10.00 pagi yang tentunya memiliki tema-tema atau topik pembicaraan berbeda setiap harinya. *Star in The Morning* memiliki waktu siaran yang cukup pagi, tentunya membuat penulis penasaran akan hal-hal yang mengharuskan tim produksinya untuk terus berinovasi dan

berkreativitas dalam menentukan sub tema atau topik yang akan dibawakan setiap harinya.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Salah satu definisi komunikasi adalah setiap tindakan yang dilakukan satu orang yang memberi atau menerima dari orang lain informasi tentang kebutuhan orang itu, keinginan, persepsi, pengetahuan. Komunikasi mungkin disengaja atau tidak sengaja, mungkin menggunakan media atau tidak, bentuknya berupa verbal atau non verbal. (Afdjani, 2015: 4)

Massa dalam komunikasi massa mengandung pengertian orang banyak, lebih besar daripada kelompok, kerukunan atau publik. Mereka tidak harus berada di suatu lokasi tertentu yang sama. Mereka dapat tersebar atau terpencar di berbagai lokasi yang dalam waktu yang sama atau hampir bersamaan dapat memperoleh pesan-pesan komunikasi yang sama. (Vera, 2016: 6)

Menurut Nurudin (2015: 3), "Pembahasan komunikasi yang kian pesat dan kompleks beserta penelitian yang terus-menerus dilakukan menjadi bukti bahwa ilmu komunikasi massa menjadi bagian penting dalam proses kajian keilmuan. Bahkan kemudian (meskipun terbilang muda karena kemunculannya belum lama) menjadi peran terpenting dalam sejarah perkembangan manusia, terutama komunikasi. Alasannya, masyarakat kita dewasa ini tidak akan lepas dari peran ilmu komunikasi massa ini."

Media Massa

Setelah membicarakan, mengetahui tentang komunikasi massa, pembahasan selanjutnya ialah membahas media massa. Sebagaimana mestinya, pesan yang terdapat atau yang ditujukan dalam maksud komunikasi massa, itu akan diterapkan melalui media massa. Karena media massa merupakan sarana penyampaian pesan untuk masyarakat yang banyak dan dalam jangkauan yang luas.

Menurut Bungin (2017: 262), ". . . Fokus kajian dalam komunikasi massa adalah media massa. Media massa adalah institusi yang menebarkan informasi berupa pesan berita, peristiwa, atau produk budaya yang memengaruhi dan merefleksikan suatu masyarakat. Sehubungan dengan itu, maka institusi media massa juga adalah bagian dari sistem kemasyarakatan dari suatu masyarakat dalam konteks yang lebih luas."

Massa dalam arti komunikasi massa lebih menunjuk kepada khalayak, audiens, penonton, pemirsa, atau pembaca. Lalu apa media massa dalam komunikasi massa? Ada banyak versi juga tentang bentuk ini. Namun, dari sekian banyak definisi bisa dikatakan media massa bentuknya antara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid), buku, dan film. Dalam perkembangan komunikasi massa yang sudah sangat modern dewasa ini, ada satu perkembangan tentang media massa, yakni ditemukannya internet. Bentuk media dari definisi komunikasi massa yang memasukkan internet dalam media massa. Dan fungsi elemennya, internet jelas masuk dalam bentuk komunikasi massa. Demikian komunikasi massa bisa ditambah dengan internet (Nurudin, 2014:4-5).

Media elektronik merupakan salah satu jenis media massa yang memiliki kekhususan. Kekhususannya terletak pada dukungan elektronik dan teknologi yang menjadi ciri dan kekuatan dari media berbasis elektronik. Dukungan elektronik ini pula yang membedakannya dengan media cetak. Salah satu kelebihan media elektronik adalah sifatnya yang *real time*, disiarkan secara langsung saat kejadian berlangsung. Hal ini menyebabkan media elektronik di gandrungi oleh publik. Media elektronik lebih instan dibandingkan dengan media cetak (Suryawati, 2014: 43).

Media penyiaran, yaitu radio dan televisi merupakan salah satu bentuk media massa yang efisien dalam mencapai audiensnya dalam jumlah yang sangat banyak. Menurut Afdjani (2015:37), "Media massa adalah alat atau sarana yang digunakan dalam

penyampaian pesan dari sumber (komunikator) kepada khalayak (komunikasi/penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis, seperti surat kabar, radio, televisi, film, dan internet.”

Radio

Radio telah menjalani proses perkembangan yang cukup lama sebelum menjadi media komunikasi massa seperti saat ini. Berkat ketekunan tiga orang cendekiawan, di antaranya seorang ahli teori ilmu alam yang bernama James Maxwell, pada tahun 1865 ia berhasil menemukan rumus yang diduga dapat mewujudkan gelombang elektromagnetis, yaitu gelombang yang digunakan untuk gelombang radio dan televisi (KPI, 2018).

Pengertian radio menurut Rahanatha (2008:42) adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik). Dengan demikian, yang dimaksud dengan istilah radio bukan hanya bentuk fisiknya, tetapi antara bentuk fisik dengan kegiatan radio adalah saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Karena itu apabila pengertian radio tersebut dipisahkan satu persatu atau pun diperinci secara fisik, maka yang dimaksud dengan radio adalah keseluruhan dari pada pemancar, studio, dan pesawat penerima sekaligus.

Radio adalah “suara”, yakni siarannya untuk didengar atau dikonsumsi telinga. Karenanya, apa pun yang disajikan melalui media ini harus berupa suara (*sound, audio*). Karenanya pula, apa pun yang disajikan radio bersifat “sepintas lalu”. Pendengar tidak mungkin “menoleh ke belakang” ketika ingin mendengarkan kembali, sebagaimana pembaca Koran yang bisa kembali kepada tulisan yang sudah dibaca atau mengulang bacaan. Dengan demikian siaran radio harus diproduksi se jelas mungkin (*audible*) dan mudah atau langsung dipahami dalam pendengaran pertama (Romli, 2017: 15).

Sedangkan menurut Suryawati (2014: 43), definisi radio yaitu “Media komunikasi yang bersifat auditif (dengar). Penyajian

beritanya mengadakan sistem gelombang elektronik. Kecepatannya merupakan ciri utama dari media elektronik berbentuk radio. Penyebaran informasi dan berita melalui radio dapat berlangsung cepat dan lebih luas.”

Strategi

Dikutip dari Scott M (dalam Morissan, 2008: 136), strategi adalah program umum untuk pencapaian tujuan-tujuan organisasi dalam pelaksanaan misi. Kata “program” dalam definisi tersebut menyangkut suatu peranan aktif, sadar dan rasional yang dimainkan oleh manajer dalam perumusan strategi organisasi. Strategi memberikan pengarahan terpadu bagi organisasi dan berbagai tujuan organisasi dan memberikan pedoman pemanfaatan sumber daya organisasi yang digunakan untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan penjabaran definisi-definisi mengenai strategi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa harus ada penyesuaian terhadap tujuan-tujuan dari suatu program siaran agar dapat mencapai tujuan tersebut. Strategi adalah unsur yang penting agar hasil dari penelitian dapat terungkap dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Konsep Peter Pringle

Mengelola suatu media penyiaran memberikan tantangan yang tidak mudah kepada pengelolanya, sebagaimana di tegaskan Peter Pringle (1991): *few management position offers challenges equal to those of managing a commercial radio or television station* (tidak banyak posisi manajemen yang memberikan tantangan yang setara dengan mengelola suatu stasiun radio dan televisi lokal) (Morissan, 2009:125-126).

Manajer Umum pada dasarnya bertanggung jawab dalam setiap aspek operasional suatu stasiun penyiaran. Dalam melaksanakan tanggung jawab manajemennya, manajer umum melaksanakan empat fungsi dasar yaitu (Morissan, 2008:130-159):

- A. Perencanaan (*planning*)
Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan: “Apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya dan siapa yang melakukannya?” Jadi perencanaan adalah pemilihan sekumpulan kegiatan dan memutuskan apa yang harus dilakukan, kapan, bagaimana, dan oleh siapa.
- B. Pengorganisasian (*organizing*)
Pengorganisasian (*organizing*) merupakan proses penyusunan struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya.
- C. Pengarahan & memberikan pengaruh (*Directing / Influencing*),
Fungsi mengarahkan (*directing*) dan memberikan pengaruh atau memengaruhi (*influencing*) tertuju pada upaya untuk merangsang antusiasme karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara efektif.
- D. Pengawasan (*controlling*)
Pengawasan merupakan proses untuk mengetahui apakah tujuan-tujuan organisasi atau perusahaan sudah tercapai atau belum. Hal ini berkenaan dengan cara-cara membuat kegiatan yang sesuai dengan apa yang direncanakan. Pengertian ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat erat antara perencanaan dan pengawasan. Pengawasan membantu penilaian apakah perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, personalia, dan pengarahan telah dilaksanakan secara efektif.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana metode ini menjabarkan hasil analisis yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang dibuat oleh penulis yang berdasarkan data. Hasil dari penelitian berasal dari data-data wawancara, transkrip, foto, data perusahaan media dan catatan tambahan yang diambil saat penelitian lapangan.

Penelitian ini bersifat deskriptif, data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Pertanyaan-pertanyaan yang akan dilontarkan kepada sumber nantinya berupa kata tanya seperti *mengapa, alasan apa* dan *bagaimana* karena hasil yang akan muncul berdasarkan fakta apa adanya (Moleong, 2012:11).

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus menerus sampai datanya jenuh. Dengan pengamatan yang terus menerus tersebut mengakibatkan variasi data tinggi sekali. Data yang diperoleh pada umumnya adalah data kualitatif (walaupun tidak menolak data kuantitatif), sehingga teknik analisis data yang digunakan belum ada polanya yang jelas. Oleh karena itu sering mengalami kesulitan dalam melakukan analisis (Sugiyono, 2014:243).

Menurut Sugiyono, (2014: 247-252) ada beberapa langkah-langkah teknik analisis data yaitu:

- a. *Data Reduction* (Reduksi Data)
Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk

METODE PENELITIAN

itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data.

- b. *Data Display* (Penyajian Data)
Setelah data reduksi, maka langkah selanjutnya adalah *display* data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya.
- c. *Conclusion Drawing / verification*
Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengemukakan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara bersama para informan, berikut adalah hasil-hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh peneliti.

- a. Perencanaan (*Planning*)

Pada tahapan *Planning*, penentuan topik sering kali dilandasi dengan berbagai macam hal dan faktor, bisa mulai dari tema yang sesuai setiap harinya, segmentasi program, kebaharuan berita, perkembangan isu-isu di masyarakat yang sedang *viral* hingga individu dalam tim produksi bisa mempengaruhi bagaimana mereka menentukan topik pembahasan.

Tema menjadi bagian penentu topik dan strategi agar topik sesuai. Tim produksi *Star in The Morning* memunculkan strategi dalam memilih topik pembicaraan yang didasari dengan strategi *AIDA*. Strategi tersebut terdiri dari *attractions*, *interest*, *desire*, dan *actions*. Strategi-strategi tersebut didasari dengan melihat kebutuhan-

kebutuhan dari para pendengar *Star in The Morning*.

- b. Pengorganisasian (*Organizing*)

Organizing pasti selalu terdapat dalam sebuah tim. Saat permasalahan yang ada muncul dan terjadi saat proses produksi, kreativitas diperlukan masing-masing individu dalam Tim produksi. Sedangkan saat permasalahan muncul menjelang proses siaran berlangsung, hal yang sering ditemukan ialah berita *viral*, berita yang populer atau fenomena-fenomena yang mendadak terjadi di masyarakat.

Tentunya solusi yang ada harus tetap fokus kepada segmentasi program sendiri, agar target program tercapai. Itu mengapa kepekaan diperlukan agar semua dapat *cover* dengan baik dan program siaran dapat berjalan dengan lancar

- c. Pengarahan dan memberikan pengaruh (*Directing/Influencing*)

Star in The Morning dalam memilih topik pasti mempunyai maksud dan tujuan lain yakni untuk menarik perhatian dan menarik respon dari para pendengarnya yaitu *Stars*. Cara pengemasan tiap-tiap program yang ada juga berbeda. Tim produksi *Star in The Morning* memiliki cara mereka sendiri dalam mengemas program siaran. Topik siaran menjadi hal yang paling pertama ditentukan saat proses diskusi program berlangsung. Proses diskusi melibatkan produser, kreatif dan juga penyiar. Suatu topik dikatakan berhasil ketika informasi yang disampaikan langsung tersalurkan kepada para pendengar dan adanya interaksi-interaksi yang terjadi selama proses siaran berlangsung.

Hubungan atau *chemistry* yang dimunculkan setiap instrumen yang ada di radio menjadi kesulitan bagi tim produksi. Kepekaan terhadap hal-hal atau issue yang sedang *viral* juga menjadi hambatan, serta kecepatan waktu akan berkembangnya berita, banyak mendorong tim produksi untuk tetap *update*. Tim produksi juga memanfaatkan keberadaan media sosial yaitu *WhatsApp* yang menyediakan fasilitas *group chat* agar

proses diskusi lebih mudah dan cepat. Para pendengar program siaran *Star in The Morning* berasal dari kawasan Tangerang dan irisan Jakarta. Mereka memiliki kebutuhan-kebutuhan seperti gaya hidup atau *lifestyle* yang mirip seperti para pendengar yang tinggal di kawasan Ibu kota.

d. Pengawasan (*controlling*)

Pada tahap pengawasan atau *controlling*, pengetahuan umum mengenai segmentasi program tidaklah cukup. Hal yang dilakukan tim produksi untuk memenuhi kriteria lainnya yaitu dengan mengetahui daya tarik program pada para pendengar dan sponsor. Hal ini sungguh berpengaruh dalam lancar dan berhasilnya suatu program. Topik yang akan muncul bisa muncul dalam fenomena yang ada di masyarakat. Tim produksi mencontohkan dengan adanya pemilu.

Keterkaitan antara topik program dengan sponsor adalah saat tim produksi mencoba lebih peka dengan fenomena yang ada, tentunya suatu program akan dapat mencapai targetnya yaitu interaksi-interaksi yang dihasilkan oleh para penengar program siaran. Jika ketentuan-ketentuan untuk mencapai target dipenuhi oleh tim produksi untuk membuat sebuah topik maka akan besar juga interaksi yang akan didapatkan oleh program siaran *Star in The Morning*. Hal tersebut berdasarkan penuturan yang diberikan informan-informan pada hasil penelitian.

Keterbukaan dalam tim produksi menjadi tolak ukur dan alternative yang cocok demi menguji solusi-solusi yang ada. Misalnya dengan bertanya antara individu dengan individu lainnya terkait sudut pandang yang akan diambil sebelum topik ditentukan. Uji validitas data-data informasi yang didapatkan juga diterapkan oleh tim produksi siaran. Hal ini bermaksudkan demi terjaganya program menjadi program dan sumber informasi yang netral.

Alternatif lainnya yang dilakukan oleh tim produksi sebagai pengujian selanjutnya yaitu, dengan membandingkan media-media referensi yang bisa memunculkan ide atau gagasan untuk topik.

Evaluasi program akan menjadi bagian dari *controlling* juga. Proses evaluasi yang ditujukan untuk perkembangan keseluruhan program di Star Radio dilakukan satu minggu sekali. Tim produksi menginginkan proses atau adanya evaluasi yang ideal yaitu langsung atau sehabis siaran berlangsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis wawancara dan observasi dengan membahas tentang strategi tim produksi Star Radio 107.3 FM dalam menentukan topik di program "*Star in The Morning*", dapat disimpulkan bahwa penelitian yang mengacu pada konsep Peter Pringle memperlihatkan bahwa penyesuaian antara fenomena yang terjadi di masyarakat, pengetahuan akan segmentasi program, serta dengan mempertimbangkan kebutuhan-kebutuhan para pendengar program siaran *Star in The Morning* menjadi tahapan perencanaan dalam menentukan topik. Tahap perencanaan juga membuat tim produksi memunculkan strategi. Strategi tersebut terdiri dari *attractions, interest, desire, dan actions*.

Peran dan tugas serta tanggung jawab dari setiap individu yang ada dalam tim menjadi tahap pengorganisasian karena tim produksi adalah subyek dalam penelitian yang memiliki hubungan langsung dalam pengambilan keputusan saat, sebelum, sesudah proses produksi berlangsung. Hubungan antara tiap-tiap individu dalam tim dan sumber daya yang ada di Star Radio serta pengaruh interaksi pendengar menjadi tahap pengarahan dan memberikan pengaruh dalam menentukan topik. Perbandingan alternatif terhadap media-media lain dan membandingkan program siaran yang memiliki segmentasi yang serupa serta evaluasi program menjadi tahapan pengawasan yang dilakukan tim produksi

SARAN

Saran Teoritis untuk penelitian selanjutnya:

1. Peneliti perlu melakukan wawancara lebih mendetail dan diharapkan mengambil sudut pandang penelitian yang berbeda agar informasi penting

- yang didapatkan lebih banyak dan kaya mengenai strategi dalam tim produksi
2. Peneliti perlu memperdalam teori-teori yang digunakan agar lebih paham akan teori yang digunakan
 3. Peneliti mengenal terlebih dahulu lapangannya sebelum melakukan observasi, lakukan proses observasi secara intens dan berkala agar waktu tidak terbuang dengan sia-sia.

Saran Praktis

1. Saran untuk Star Radio, perusahaan perlu memperhatikan alat-alat dan ketersediaan sumber daya manusia untuk kebutuhan program terutama program siaran *Star in The Morning*, sehingga proses produksi dapat berjalan dengan baik. Perusahaan perlu menambah divisi yaitu divisi data analisis guna kebutuhan topik disegala program terutama program siaran *Star in The Morning*.
2. Untuk mahasiswa dan mahasiswi Universitas Budi Luhur, diharapkan artikel ini bisa menambah referensi pada studi strategi komunikasi tim produksi, karena studi ini sangat penting dan sangat efektif untuk mengetahui proses produksi yang terjadi sehingga dapat menghasilkan isi program yang berkualitas.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Afdjadi, Hadiono. 2015. *Ilmu Komunikasi Proses & Strategi*. Tangerang: Indigo Media.
- Bungin, Burhan. 2017. *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Morissan, M.A. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Teevisi*. Jakarta: KENCANA.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Romli, Asep Syamsul M. 2017. *Manajemen Program & Teknik Produksi Siaran Radio*. Bandung: Nuansa.

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Suryanto. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Suryawati. Indah. 2014. *Jurnalistik Suatu Pengantar*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sumber Internet:

<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam-negeri/34250-sejarah-perkembangan-radio> diakses pada 03 Oktober 2018 pukul 23.34.

<https://www.staradio1073fm.com/about-us> diakses pada 24 September 2018 pukul 23.59.