



## A. PERENCANAAN PROGRAM

1. Bagaimana proses perencanaan program pada woman radio sekarang dan kedepannya (jangka pendek, menengah dan panjang) ?
2. Apa fungsi dan tujuan perubahan program acara pada woman radio ?
3. Di dalam perencanaan program yang berisi isi dan format program, seperti apa yang woman radio tetapkan ?
4. Segmen audien woman radio secara demografi adalah wanita dewasa (ibu-ibu), apakah menutup kemungkinan untuk pria atau tidak ?
5. Seperti apa penseleksian penyiar pada woman radio, mengingat penyiar merupakan kunci keberhasilan suatu program ?
6. Penyiar yang bagaimana dalam membawakan acara pada woman radio ?
7. Apakah penentuan suatu program diputuskan sendiri oleh Program Director atau diharapkan terlebih dahulu ?
8. Genre musik pada woman radio itu konsisten atau random ?
9. Kategori iklan yang masuk pada woman radio itu seperti apa?
10. Strategi apa yang dilakukan oleh woman radio agar program tersebut tetap menarik dan disukai pendengar ?
11. Bagaimana rating pada woman radio ?
12. Apakah dalam membuat suatu program yang baru, woman radio melakukan riset terlebih dahulu, mengapa ?
13. Penentuan program acara pada woman radio sesuai trend-in sekarang atau menciptakan trend yang baru atau berbeda, bila menciptakan trend yang baru mengapa ?
14. Program apa yang menjadi favorit pada woman radio, mengapa ?
15. Bagaimana woman radio mengetahui keberhasilan suatu program pada audiens di pasar?
16. Radio apa saja yang menjadi kompetitor bagi woman radio ?
17. Apa yang woman radio lakukan untuk mempertahankan popularitas pada segmen pendengar ?
18. Pemilihan program acara woman radio seperti apa, baik pada prime time dan regular time, mengapa ?
19. Bagaimana peluang pasar program siaran pada woman radio ?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



20. Apa yang woman radio lakukan dalam mempromosikan suatu program acara ?
21. Apakah woman radio pernah mengalami kegagalan dalam suatu program acara, bila pernah mengapa dan apa solusinya ?
22. Apakah program acara pada woman radio pernah mendapatkan award atau penghargaan ?
23. Apakah ada kendala dalam merencanakan suatu program acara ?
24. Seperti apa kendalanya dan apa solusinya ?
25. Apakah woman radio memiliki standarisasi tertentu dalam perencanaan suatu program, seperti apa ?
26. Dalam perencanaan suatu program acara apakah menggunakan anggaran yang sudah ditetapkan atau khusus ?

## B. PRODUKSI DAN PEMBELIAN PROGRAM

1. Jenis iklan apa yang boleh masuk ke dalam woman radio ?
2. Bila iklan sudah masuk, apakah ada iklan yang mensponsori satu program acara secara penuh ?
3. Apakah produksi program pada woman radio itu disusun sendiri atau membeli program dari tempat lain ?
4. Dalam rentan waktu satu tahun, berapa banyak woman radio memproduksi suatu program ?
5. Bagaimana cara divisi produksi dalam merencanakan pembuatan suatu program ?
6. Bagaimana cara pemilihan penyiar dalam suatu produksi program acara ?
7. Apa saja yang dilakukan oleh woman radio sebelum memproduksi suatu program ?
8. Jangkauan siaran produksi program acara pada woman radio itu nasional atau hanya lokal saja ?
9. Apakah produser di woman radio mencakup semua program yang diproduksi atau terdapat pemilihan jobdesk lain ?
10. Apakah ada kendala dalam memproduksi dan pembelian suatu program acara ?
11. Seperti apa kendalanya dan apa solusinya ?
12. Apakah woman radio memiliki standarisasi tertentu dalam produksi dan pembelian suatu program, seperti apa ?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. EKSEKUSI PROGRAM

1. Bagaimana penentuan penyayangan suatu program siaran pada woman radio dan ditentukan oleh siapa ?
2. Strategi apa yang dilakukan oleh woman radio dalam penyayangan sebuah program ?
3. Bagaimana pembagian waktu siaran di woman radio
4. Siapa yang bertugas dalam menjalankan suatu program di woman radio, apakah penyiar saja atau ada divisi lain yang ikut membantu ?
5. Dalam kurun waktu 24 jam berapa banyak program siaran pada woman radio ?
6. Apakah ada kendala dalam menjalankan suatu program acara ?
7. Seperti apa kendalanya dan apa solusinya ?
8. Apakah woman radio memiliki standarisasi tertentu dalam eksekusi suatu program, seperti apa ?

### D. PENGAWASAN DAN PENGEVALUASIAN PROGRAM

1. Bagaimana cara woman radio mengevaluasi dan mengawasi suatu program ?
2. Apakah woman radio memiliki standarisasi tertentu dalam pengevaluasian dan pengawasan suatu program, seperti apa ?
3. Apakah terdapat jadwal atau agenda dalam melakukan evaluasi terhadap program acara di woman radio, bila ya seperti apa ?
4. Langkah apa yang dilakukan oleh woman radio dalam menanggapi suatu rating acara yang naik atau turun ?
5. Evaluasi seperti apa yang dilakukan ketika suatu program acara pada woman radio itu berhasil atau tidak berhasil ?
6. Menurut woman radio, program acara seperti apa yang bisa dikatakan berhasil atau tidak berhasil, mengapa ?
7. Bagaimana cara mengetahui program acara tersebut berhasil atau tidak ?
8. Apakah woman radio pernah mendapat kritikan dari para audiens, sehingga memaksa woman radio untuk melakukan evaluasi program acara ?

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



9. Apakah fungsi woman radio selama ini sudah mencakup sebagai fungsi media massa pada umumnya ?

10. Bagaimana cara mengawasi dan mengarahkan kegiatan staf atau divisi program pada woman radio ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## Wawancara Narasumber Dengan Pendengar Woman Radio 94.3 FM Jakarta

©

**Narasumber 4 : (kurang dari 5 tahun mendengarkan Woman Radio 94.3 FM Jakarta)**

**Nama : Ibu Maryam**

**Umur : 26 tahun**

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

2. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

P: Selamat siang Ibu Maryam. Maaf mengganggu sebelumnya. Saya Wilson, mahasiswa dari Ibi, kebetulan saya sedang melakukan skripsi tentang Woman Radio. Dan saya dapat rekomendasi dari Mba Lia woman radio untuk wawancarai ibu sebagai pendengar woman radio. Boleh minta waktunya sebentar bu untuk Tanya-tanya beberapa.

N4: iya boleh gak apa-apa. Tadi siapa namanya?

P: Wilson bu. Maaf ya bu sedikit mengganggu waktu ibu sebentar. Sedikit mau bertanya-tanya tentang woman radio, Jadi gini bu saya mau Tanya, Ibu Maryam sudah berapa lama ya mendengarkan Woman radio?

N4: iya Wilson, kalau denger woman radio sudah lama. Kurang lebih 4-5 tahun rasanya.

P: biasa dengerinnya pagi, siang atau malam bu?

N4: dengerin biasa pagi, dan jam 3 sore tapi gak tiap hari, kalau ada waktu saja. Karena ngurus anak anak, jadi sudah repot. Kalau ada waktu senggang baru dengerin woman radio.

P: : dari woman radio kira-kira program apa yang ibu suka?

N4: : saya suka program yang berhubungan dengan talkshow buat kesehatan, anak, keluarga, dan tips-tips dari pembicaranya woman radio. Soalnya bagus kan untuk pengetahuan juga.

P: : kalau penyiar favorit di woman radio siapa ni bu?

N4: : mba Lia sama mas Yasser dan mas Acha Salim. Tapi saya lebih seru dengerin kayak kalau mba Lia sama mas Yasser soalnya mereka kompak keliatannya kayak mesra gitu, jadi dengerinnya asik.

P: : sering gak bu ikutin acara-acara yang suka woman radio adain?

N4: : yang paling sering ya talkshow. Tentang produk kecantikan. Cuma saya terkadang suka kecewa karena sms yang saya kirim suka gak dibacain.

P: : mungkin terlalu banyak kali ya bu yang masuk smsnya jadi waktunya gak cukup



N4 : iya mungkin ya, sms yang masuk terlalu banyak. Kalau acara seperti lomba masak saya senang ikut acaranya. Soalnya sekalian tambah-tambah teman juga, kumpul-kumpul seru.



N4 : iya bu, mudah-mudahan sering ya acaranya. Nanti saya titipin pesen sama mba Lia. Hehe.,

N4 : iya iya boleh tuh

N4 : segini aja bu, makasi banyak ya bu sudah mau di wawancarai. Maaf mengganggu waktu ibu.

N4 : iya sama-sama. Semoga berhasil ya tugasnya.

N4 : amin, makasi bu maryam. Selamat siang bu.

N4 : iya siang.

**Transkrip Sumber 3 : (lebih dari 5 tahun mendengarkan Woman Radio 94.3 FM Jakarta)**

**Nama: Ibu Yerry**

**Umur: 46 tahun**

P : Selamat siang Ibu yerry, maaf mengganggu

N3 : iya siapa ya ini?

P : perkenalkan bu, saya Wilson mahasiswa dari Ibi, kebetulan saya sedang melakukan tugas skripsi tentang woman radio. Mau minta waktu ibu sebentar untuk wawancara boleh bu?

N3 : o iya iya boleh. Silahkan.

P : saya dapat nomor ibu dari Mba Lia sebagai pendengar woman radio yang tergolong sudah lama ya bu dengerin woman radio?

N3 : o iya sudah lama saya denger woman radio. Sudah kira-kira 6 tahun lebih.

P : kalau denger woman radio biasa pagi atau gimana bu?

N3 : dengerin woman radio all the time. Selalu dengerin happy hours, tapi kalau pagi yang dengerin bareng sama anak saya juga.

P : kalau di woman radio bu Yerry paling suka dengan penyiar siapa?

N3 : kalau penyiar sih semua suka. Tapi kalau paling suka sepertinya mba Lia dengan mas Yasser. Mas Sigit juga suka

P : kenapa bu suka sama mereka?

N3 : gak tau ya, seneng aja kalau dengar mereka, cocok kalau ngobrol, ada kedekatan emosional, sampai-sampai anak saya mencari acara kalau



penyiarnya mba lia dan mas Yasser. Kalau mas Sigit suka dengan solusi-solusinya yang bagus.

**C** Kalau program acaranya bu, program apa yang bu suka dari woman radio?

programnya ya, kalau acaranya suka seperti konsultasi dokter, lumayan untuk sedikit-sedikit tau kesehatan. Lalu info-info keluarga, acara ibu dan anak, surprise talkshow, lagu-lagu, banyak sih yang saya suka.

sering gak bu ikut acara-acara yang suka disajikan woman radio?

suka ikut dan selalu datang, yang paling saya suka lomba masak. Saya pasti ajak teman-teman saya untuk datang ke acaranya bahkan sudah booking tempat buat ikut lomba masaknya jauh-jauh sebelum acaranya diadakan. Saya selalu menyimpan kenangan nomor mejanya, sampai saya laminating saya simpan. Eo acaranya juga saya kenal dekat yaitu mas Tunjang.

Kalau acara-acara di radionya kayak telepon dan sms suka ikut gak bu?

Dulu sering 3 tahun kebelakang pakai sms kalau gak pakau twitter. Sekarang acaranya sudah gak ada lagi. Jadi saya cukup dengerin aja.

berarti ibu pecinta woman radio ya hehe

iya dong hehe

baik bu, cukup untuk wawancaranya. Terima kasih banyak ya bu sudah meluangkan waktu untuk saya wawancara ibu.

iya sama-sama.

selamat siang ya bu Yerry. Terima kasih

: iya, selamat siang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**P** Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
**N2** 1. Ditarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

**P** a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

**P** b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

**N2** 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Transkrip Wawancara Dengan Pihak Woman Radio 94.3 FM Jakarta

©

Data wawancara :

W Wilson Putra Gautama ( penulis atau pewawancara )

L Lia Hafis ( narasumber 1 )

R Rubyanto ( narasumber 2 )

W Bagaimana proses perencanaan program pada woman radio sekarang dan kedepannya, dalam jangka pendeknya gimana dan jangka depannya gimana?

L ini strateginya lebih ke strategi on air aja berarti ya?

W on air dan off air mba

L nanti on airnya saya, off airnya pak Ruby aja. Karena saya program untuk on air dan yang off air pak Ruby. Pak ruby itu membawahi off air dan on air sebenarnya. Karena pak Ruby itu general manager di woman radio, jadi membawahi on air, off air, sales, teknik, event dan marketing marcomm.

W proses perencanaan programnya itu jadi gimana tu mba?

L proses perencanaan program. Kalau dari awalnya ya kalau kita biasa itu membuat workplan. Membuat workplan mau ngapain sih satu tahun ini, jadi semuanya itu diungkapkan tuh.

W : workplan ini berupa rundown kali ya mba?

L rencana kerja. Rencana kerja kita untuk satu tahun mau ngapain sih.

W jadi di cuttingnya per satu tahun ?

L : iya. Nah itu baseon dari workplan jadi kekuatan kita apa sih. Kelemahan kita apa sih. Terus kesempatan kita apa sih, sama apa sih yang mengancam. Jadi di analisa dulu tuh. Kekuatan woman radio apa. Kelemahan woman radio apa. trus opportunitynya apa., sama ancamannya apa nih kedepannya. Nah itu nanti di analisa dulu tuh. Oh woman radio itu kekuatannya itu dia stasiun radio yang sama pendengarnya itu deket banget misalnya gitu. Itu semua di analisa, nah itu penting untuk membuat workplan itu.

W : nah dari analisa swat ini kan otomatis.

R : swot. S w o t strength weakness opportunity treat

W : nah data data swot nya ini otomatis ada survey atau gimana tu mba?

L : jadi kita menganalisisnya itu dari sisi program. Jadi misalnya kekuatannya apa sih dari program yang ada. Misal nama-nama programnya udah bagus nih, nah diambil dari kegiatan-kegiatan, program-program yang memang dekat dengan pendengar kita, untuk woman. Contoh kayak woman blash on. Smua orang tau blushon itu apa. Misalnya woman

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



lip gloss, semua orang udah tau lipgloss apa. jadi untuk tancep program itu sendiri udah tau seperti apa. Tapi misalnya apa sih kelemahannya, misalnya kelemahannya itu kayak awesness orang tertang woman radio itu belum terlalu tinggi misalnya.semuanya itu kita analisa tuh. Ancamannya itu misalnya kan radio itu selalu memutarakan informasi dan hiburan lagu-lagu dan segala macam, kan udah banyak tuh dari ipod kalo mau dengerin lagu udah bisa. Nah itu salah satu kelemahannya.

W : oh jadi kayak competitor gitu ya?

R : iya nah jadi kita buat analisa tuh untuk kedepannya itu mau seperti apa.

W : itu untuk jangka panjangnya ya mba. Berarti kalau untuk jangka menengahnya itu melakukan apa tu mba?

L : jangka menengah itu, apa ya pak ruby.

R : itu evaluasi per enam bulan. Nah kenapa kita seperti itu. Karena nelson itu berlaku penelitiannya per tiga bulan. Kalau rating tv kan di lihatnya per hari. Nah kalo nelson itu misalnya januari february maret. Nah acara yang ditayangkan di januari february maret, nah hasil nelsonnya itu ada di bulan juni. Nah nelson itu nelitinya 3 bulan. Keluar dibulan yang juni ini. Nah jadi kita ada per enam bulan.

W : jadi evaluasi yang per enam bulan ini itu pak berupa kelemahan, kekuatan

R : ya kita lihat lagi, misalnya kompetitor melakukan apa.gitu. misalnya nama program kita masih up to date gak sih. Kan bias bahasa-bahasa misalnya kayak alay muncul tiba-tiba. Tapi kita lebih ke woman yah. Misalnya apa sih yang lagi populer di perempuan. Dulu orang gak kenal ama yang namanya high heels, nah nama high heels itu kan baru populer tahun 2000 ke sini sebetulnya. Orang dulu mana tahu. Misalnya legging. Nah legging itu baru tahun-tahun sekarang kan.ada istilah-istilah perpempuan yang populer kan. Nah kita mengulas tuh. Namanya up to date. Mengikuti jaman jadinya. Sesuaikan dengan jamannya. Jadi radio itu harus up to date, kalo gak nanti ditinggal orang. Karena radio itu menyampaikan pesan yang cepat kan.

W : kalau untuk jangka pendeknya itu mba, lebih kayak meluncurkan program atau gimana?

L : yang paling deketnya aja. Kalau yang tadi kan per enam bulan tuh. Nah yang ini per 3 bulan aja. Merancang yang lebih retail untuk 3 bulan kedepan. Karena apa?, karena radio kan industry yang pendapatannya dari iklan kan. Nah program-program yang 3 bulan ini kita distibrut kan ke team sales untuk dijual nih.karena kan butuh waktu kan untuk menjual program itu sendiri. Jadi kalau ada waktu untuk menjual, semakin panjang waktunya semakin bagus. Jadi misalnya 3 bulan kedepan kita harus ngapain ya? Apa yang harus kita bikin ya? Nah nanti itu di apain yah untuk dijadikan barang jualan untuk temen-temen sales kita. Jangka pendeknya sih itu.

R : nah programnya itu biasa disesuaikan dengan permintaan klien. Jadi biasa klien itu minta bikin acara kayak gini dong.

W : kalau gitu lebih ke off air dong ya pak?

R&L : semuanya itu.

Instytut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



L : on air dan off air. Semua program yang ada di radio. Nah itu tujuannya 2 kan, satu untuk pendengar dan satu lagi untuk pengiklan. Jadi kita dual product market place. Nah jadi base on kita buat program itu buat pendengar dan buat pengiklan. Nah kalo program itu pendengarnya bagus, dan pendengarnya banyak, ramai, nah itu punya nilai jual yang tinggi. Nah kita jual kemana? Jual ke pengiklan. Siapa yang jual ke pengiklan. Nah itu temen temen sales.

W : pertanyaan kedua mba, fungsi dan tujuan program acara pada woman radio?  
L : mengikuti perkembangan jaman, supaya up to date.

R : itu biasa kan kalau klien kan produk itu kan selalu berkembang kan. Nah jadi saat mereka punya produk baru, mereka pasti cari radio juga yang up to date. Karena produk up to date kan. Kadang-kadang dibutuhkan perubahan positioning. Misalnya kita mensasar ibu-ibu umur sekian. Ternyata kita rubah, kenapa karena produk menginginkan. Pendengar radio kan begini son. orang remaja, mereka mendengarkannya radio anak muda. Ketika mereka udah menikah punya anak mereka akan mendengarkannya radio dewasa. Artinya udah berubah kan yang muda ke dewasa, tapi muncul lagi anak muda yang baru kan, nah lagunya, programnya.

W : dalam perencanaan program, isi dan format program itu seperti apa yang woman radio tetapkan? Yang udah fix gitu?

L : kalau itu misalnya ya templatnya itu masih sama. Misalnya nih kalau pagi karakteristik programnya nih musti semangat, nah itu masih tetep menjadi darah sebuah program. Tinggal kemasannya seperti apa, variasinya seperti apa, itu yang berubah-ubah. Kalau secara konsepnya yang misalnya pagi harus yang semangat. Ya itu tetap sama konsepnya. Misalnya kalau siang konsepnya programnya menemani. Misalnya lagunya dibanyakin. Nah nanti sore naik lagi, karena lebih banyak lagi yang mendengarkannya, karena kan prem time tuh.

W : misalnya contoh kayak jendela ibu. Konsepnya sama kan mba dengan sekarang yang push on. Nah tapi bedakan isinya gimana tuh mba?

L : kan kalau jendela ibu kan kita bayanginya itu seorang ibu yang pakai konde, urus anak. Urus keluarga. Nah sekarang kita rubah isinya jadi ibu-ibu yang gaul, ibu-ibu yang aktif, dia ngerti gadget teknologi gitu. Jadi berubah, karena semua berkembang tuh.

R : iya jadi misalnya teknologi kan berubah tu. Ibu-ibu sekarang kan modern tuh. Nah jadi kita ikuti perkembangannya.

L : iya begitu juga dengan kita berinteraksi dengan pendengar ya. Kalau dulu kan kita biasa melalui sms dan telepon. Nah sekarang karena semua berkembang teknologi, jadi kita bisa bbman, twiiter, facebook.

R : jadi semua media sosial itu dimanfaatkan untuk berinteraksi, bahasa pun kan berubah tuh. Kalau dulu panggil penyiar laki masih mas kalau sekarang kan set gitu.

W : segmen pendengar woman radio kan wanita dewaaa, ibu-ibu umur 25-35. Apakah menuklo kemungkinan untuk pria. Misalnya kayak saya gini?

L : gak menutup kemungkinan sih. Jadi kan woman radio itu segmentasinya it ada di 25-35. Jadi misalnya kayak mahasiswa masih bisa dengerin, karena lagu-lagunya masih

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



ada yang masuk. ada juga yang umur 35 atau 40 misalnya. Itu kalau dari sisi umur. Kalau dari sisi gender. Pria itu pasti ada, karena dari analisis kita wanita itu 90% pria itu 10%.

R : kenapa kita mensasar pria juga, walaupun radio ini wadio wanita. Karena kita kayak orang main krambol, tek tok gitu. Jadi misalnya kalau bapak-bapak dengerin sedikit. Mereka bisa bilang, eh dengerin woman radio tuh bagus. Kayak gitu.

W : oh jadi kayak magnet gitu yah jadi narik gitu.

R : iyaa bener. Nah kenapa kita ada acara anak-anak. Untuk misalnya anak itu degerin mama nya untuk dengerin. Anak-anaknya ngerengek mau minta dengerin woman radio. Ma mau dengerin woman radio misalnya gitu

W : oh jadi untuk kasus itu ada?

R : o itu memang strategi kita. Memang seperti itu strateginya.

R : jadi kenapa kita acara anak-anak pagi jam 7, karena itu kan anak-anak berangkat sekolah. Di mobil jadi dengerin radio woman. Jadi mama nya jadi ikut dengerin juga. Dan dia bisa cerita ke temen-temennya iya tuh woman radio bagus. Jadi tektokin ke anakna itu baru ke ibunya. Ibaratnya kayak gitu.

L : lanjut

W : iya mba . seperti apa pengseleksial pada penyiar woman radio? Karena kan penyiar mejadi salah satu kunci keberhasilan suatu program.

L : nah ini sih kalau di radio disebutnya air personality. Air udara. Jadi personality dia di udara. Jadi misalnya kalau siaran pagi kan semangat kita gak mungkin tu kita kasih kepnyiar yang ngomongnya menye-menye, yang kalem. Jadi kayak pembawaannya diudara. nah penyeeksiinnya sih kayak gitu. Untuk penyiar yang sudah terbentuk personalitynya.

W : nah kalau yang belum mba?

L : kalau yang belum ya kita bentuk. Kita bentuk misalnya nih program acaranya seperti ini ya. Lu harus membawakannya seperti ini ni. Misalnya harus semangat dan lain-lain. Jadi kita memang selalu cari penyiar yang udah lama. Karena di woman radio tidak ada istilah training pernyiar. jadi kita gak ada penyiar baru. Jadi kita selalu cari penyiar yang udah matang, tinggal di poles aja.

W : apakah penentuan suatu program diputuskan seorang oleh program director atau dirapakan terlebih dahulu?

L : dibagi dua ni. Sebenarnya ada yang namanya station driven dan klien driven, berlaku dalam on air dan off air. Jadi bedanya itu, kalau station driven, program yang di create kreasinya dari woman radio, dan klien driven, kreasi program yang berdasarkan keinginan si klien kita. Nah itu dibagi lagi tuh. Disaat station driven. Misalnya saya punya ide n dari divisi program kan punya produser, punya music director, nah kita meeting kira-kira punya ide apa nih untuk bikin program. Oh kata produser program itu yang satu punya ide ini nih, saya pun punya ide ini nih. Nah nanti kita satuin. Nah sudah kita satuin, kita apin ke meeting koordinasi namanya. Nah koordinasinya itu pak Ruby sebagai GM dan anak sales, buat jualin ke klien dan misalnya pak ruby ada ide-ide yang mau di tambahkan. itu station driven. Nah kebalikannya kalau klien driven itu temen-temen sales

Instansi Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditayang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



yang berinteraksi dengan klien ni kan misalnya si klien punya ide itu itu mau launching produk ni. Mau di on air'in, kira-kira diapain ya. Oh diginiin aja mba misalnya. Nah nanti smua itu di diskusiin lagi ke meeting koordinasi.

W gender music woman radio konsisten atau random?

L random, karena kita ikuti perkembangan music yang ada.

W kalau kategori yang masuk ke woman radio mba? Berarti disesuaikan berhubungan dengan wanita ya?

L iya pasti berhubungan Misalnya pendidikan, kecantikan, makanan, kantong belanja, manajemen keuangan keluarga, kesehatan, keluarga.

W bagaimana rating pada woman radio?

L rating sih sebenarnya kita masih berkiblat dengan nelson. Nah tapi woman radio itu sudah tidak berlangganan lagi dengan nelson dari tahun 2010. Nah sekarang ini menganalisisnya simple dari woman, misalnya dari beberapa event yang digelar. Misalnya masak, sepedahan dan lainnya ya, nah itu selalu meninggalkan citra yang positif, misalnya mencapai target 2500 ibu memasak, nah mencapai targetnya. Nah jadi kalau tercapai itu kan jadi kita tau pendengar masih dengerin program kita. Nah kita sih ambilnya dari sisi itu. Untuk jangka pendeknya misalnya kita buat acara, dan pendengar tidak malas mendengarkan dari penyiar, mereka menanyakan via sms atau tlp gitu.

W pernah gak sih mba bikin acara gitu gak tercapai targetnya?

L gak kok. Selalu tercapai. Memang sih kita tidak selalu promo melalui on air, karena kan didukung dengan social media, didukung dengan flyering, hubungan baik dengan organisasi wanita, komunitas-komunitas wanita, kenapa mereka mau bekerjasama dengan woman radio? Karena woman radio mempunyai nama yang baik.

R : image yang baik dimata mereka. Citra yang baik dimata orang dimata perempuan khususnya di Jakarta.

W : program yang menjadi favorit pada woman radio?

L : ini dari versi apa ni? Womannya atau radio? Kalau dimata klien sih biasa selalu di program yang premtime. Pagi dan sore. Kalau pagi itu jam 6-10 kalau sore itu jam 4-8. Kenapa favorit? Karena mereka dijam itu pendengarnya lebih banyak dibandingkan dengan jam-jam regular yang lain. Akhirnya menarik bagi klien karena jumlah pendengarnya lebih banyak. Jadi balik lagi tu ke dual product market place itu. Pendengar banyak. Pengiklan senang. Jadi program favorit program yang ada di jam-jam tersebut.

W : radio apa aja yang jadi competitor?

L : radio-radio yang khusus segmen perempuan aja, seperti female radio, cosmopolitan dan v radio.

W apa yang woman radio lakukan untuk mempertahankan popularitas programnya?

R popularitas itu kan popular, terkenal. Artinya kan terkenal. Gimana satu adalah melakukan namanya strategi promosi, melalui periklanan, media relation, media cetak, media tv. Misalnya kita juga bisa bikin event. Dari mall to mall. Oh woman radio yah yang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang menyalin atau menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan dan menyebutkan sumber.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



bikin. Trus apa lagi ya misalnya office to office. Hospital to hospital. Misalnya ibu-ibu yang melahirkan kita wawancara, itu nama acaranya woman in love. Ditanya wawancara gimana kelahirannya, gimana suaminya. Kita kasih hadiah, pasti kan senang tu, nah dari sana kan dia senang bisa cerita ke temen-temenya. Acara itu masih kita jalanin sampai tahun 2012. Klo office to office itu namanya break time office to office. kita pakai waktu makan siang dia, kita bikin games, ada hadiah. Ntr si sponsor presentasiin produk dia abis itu.

W : bagaimana peluang pasar siaran pada program siaran woman radio?

L : cukup besar yah. Secara dilihat dari populasi wanita lebih besar dari pria. Jadi pasarnya itu cukup tinggi. Asal kita bisa mengemasnya saja.

W : apakah woman radio pernah mengalami kegagalan dalam suatu acara? Gimana cara menangannya?

L : ini membuka aib ni. Haha. Lebih ke profile pendengar yang ingin disasar oleh si produk sih. Karena kita antusiasme dari pendengar cukup tinggi. Misalnya bu-ibu yang spend moneynya diatas 3 juta misalnya, jadi misalnya yang dibawah 3 juta itu ikutan denger. Jadi gak sesuai dengan target si klien.

W : apakah woman radio memiliki standar tertentu dalam merencanakan suatu program? Seperti apa?

L : balik lagi ke product market place itu. Darahnya itu. Segmented dan sellable sesuai dengan segment pendengar kita. Dan program itu bisa dijual. MWB meets kebutuhan, wants keinginan dan behavior pendengar kita, perilaku pasar.

W : dalam perencanaan suatu program. Apakah menggunakan anggaran yang sudah ditetapkan / khusus mba?

L : kerjasama dengan organisasi wanita, vendor-vendor, media lain atau diberikan semua ke sponsor

W : kalau untuk jenis iklan, jenis apa yang boleh masuk ke woman radio?

L : karena kita radio perempuan yah. Jadi yang masuk itu kayak kecantikan, pendidikan, iklan layanan masyarakat, keluarga, keuangan.

W : kalau iklan udah masuk. Ada iklan yang jadi sponsor program penuh?

L : ada. Misalnya acara blashon. Ada yang sponsorin secara penuh untuk camulvit

W : apakah program woman radio disusun sendiri atau beli program?

L : ada 2 yah. Pertama diproduksi sendiri. Kedua kerja sama tapi kalau beli program sih enggak. Kerja sama itu kayak VOA. Dapat materi dari mereka tapi gak kasih uang ke mereka. Jadi kerja sama yang sama-sama menguntungkan.

W : dalam rentan 1 tahun, woman radio memproduksi berapa program acara? Secara rata-rata?

L : rata-rata ya? Berapa ya mas Ruby?



R : tergantung pengelompokannya. misalnya jam 5 sampai 10, ada 5 acara dari hari senin ke hari minggu jadi ada 20 misalunya.

L : kalau offair ada yang kecil-kecil. Ada yang tiap hari. Ada yang tahunan, kayak lagi 2000 dari klien bikin 2 kali. Special event kayak bagi-bagi untuk pas idul fitri, hari ibu, sama hari kartini misalunya. Gitu

W : bagaimana divisi produksi bikin suatu program?

R : produksi disini itu bikin promo iklan. Beda ama TV. Kalau TV kan produksi bikin acara. Kalau disini ya gitu, bikin iklan. Kalau diradio itu namanya bagian program.

W : jadi divisi program bikin suatu program ya?

L : iya betul. Jadi dari perencanaan di eksekusi.

W : jangkauan siaran woman radio itu nasional atau local aja?

L : nasional. Kita 24 jam. Jam 5 pagi sampai 1 siang area jabodetabek. Jam 2 sampai jam 4 kita ada ke 6 kota lainnya kayak makasar, padang, lampung, Denpasar, jogja. Abis dari jam 4 balik lagi ke jabodetabek lagi.

W : apakah produser di woman radio mencangkup semua program yang diproduksi atau ada bagiannya?

L : jadi kalau on air ada produsernya. jadi kita diperkuat oleh 3 produser. Jadi ada pembagian-pembagian programnya.

W : apa ada kendala dalam proses produksi program?

L : kalau kendala yah. Paling kalau dari klien misalnya udah deadline klien belum kasih materinya. Atau kliennya mau iklan tapi besok udah musti naik iklannya. Gitu aja sih.

W : apakah woman radio punya standarisasi program?

L : kalau standarisasi sesuai dengan segmentasi, positioning aja sih

R : apa coba segmentasi dan positioning?

W : haha.. apa ya pak? Sasaran mungkin segmentasi.

R : apa itu segmentasi. Segemntasi itu kan pengelompokan dari yang heterogen jadi yang homogen. Dikelompokan berdasarkan usia, tempat tinggal gitu. Kayak sasaran gitu. Kalau positioning penempatan woman radio di otak orang.

W : iya iya pak. Terus bagaimana penentuan program siaran woman radio dan siapa yang ditentukan ?

L : penentuan. Liat dari workplan ya. Penayangan-penayangannya sudah ada dipola itu. Yang tentuin ya oleh program director atas persetujuan general mananger.

W : strategi apa yang dilakukan oleh woman radio dalam menentukan penayangan suatu program? Misalnya harus inspiratif, nah gimana penayangannya supaya pendengar bisa langsung tau oh iya woman radio itu radio inspiratif?

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
2. Penugutan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Penugutan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



L : dari improvisasi. Mentuturkan atau disajikannya ke pendengar.

W : siapa yang menjalankan program woman radio? Apakah penyiar aja atau ada yang lain?

L : kalau on air itu ada diproduser acara. Produser yang pegang karakter. Saya sebagai PD hanya mensupervisi. Jadi sesuai gak tu acara ama rencananya gitu.

W : kalau off air mba?

L : kalau off air marcomm kan punya staff-staff khusus event. Ada yang media relation. Kontrolnya jadi ada di headnya marcomm.

W : tapi semua diatas persetujuan gitu ya mba?

L : iya

W : dalam kurun waktu 24 jam berapa banyak program siaran woman radio?

L : 20 jam

W : apakah ada kendala dalam suatu acara program?

L : kalau kendalanya kalau off air sih misalnya internet mati. Atau misalnya banjir, jadi kalau terlambat tuh. Kendala-kendalanya sih seperti itu

W : kalau off air? Kendala di off airnya mba?

R : kalau off air misalnya memenuhi permintaan klien, kalau minta ini itu kan tertulis. Jadi kalau yang dia minta ama yang kita tangkap karna kita tau dari tulisan jadi gak sesuai. Jadi suka maksudnya berbeda gitu. Yang kita tangkap dan klien mau beda. Kedua kendalanya misalnya koordinasi internal atau pihak ketiga misalnya.

W : apakah woman radio memiliki standarisasi dalam eksekusi suatu program?

R : ada. Ada standarisasinya. Ini untuk off air atau on air kan?

W : iya

R : iya ada. kalau on air kan kita udah ada namanya blue print kan. Jadi karatker acara ini harusnya seperti ini ya. Konsepnya seperti ini ya. Jadi gak boleh melenceng. Ada standarnya. Kalau event juga gitu. Gak boleh telat ya. Kan ada SOP nya. Standrart operasi program. Semua ada acuannya.

W : bagaimana cara woman radio mengevaluasi dan menguasai suatu program?

R : evaluasi itu ada evaluasi harian, bulanan, dan tahunan. Biasa dilakukan setelah acara dilakukan atau berlangsung. Off air maupun on air. Jadi misalnya penyiar salah, nah harus bis itu dikasih tau. Kalau besok - besok lupa. Jadi masih seger. Masih dalam ingatan.

W : apakah woman radio memiliki standarisasi pengevaluasian suatu program?

L : balik lagi ke SWOT itu tadi.

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber. a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



R : balikin lagi. Kan standart-standartnya udah punya. Kan konsepnya begini, kenapa jadi begitu.

W : langkah apa yang di lakukan oleh woman radio dalam menanggapi rating acara yang baik dan turun? Maksudnya kan woman radio udah gak pake nielson ni mba. Contohnya yang ikut sendiri banget 1 acara ini. Apa yang dilakukan ama woman radio?

L : misalnya dia kan suatu program ni mau menanjak. Setelah klimanya udah ok banget. Nah abis itu turun tuh. Pendengar udah jenuh ni ama acara itu. Nah kita buat inovasi agara tetap ok. Product lifecycle itu.

W : product lifecycle?

R : daun hidup produk. Itu gini, program itu kan produk ya son. Yang dihasilkan ama radio kan program acara. Jadi radio menjual itu kan program acaranya. Produk itu kayak makhluk hidup. Dia tumbuh, berkembang, dan mati. Manusia kan begitu kan. Nah program itu juga sama. Punya daur hidup. Jadi dikenal, Tumbuh, ok, dikenal, dewasa, kalau kita gak jaga bisa mati. Nah supaya jangan sampe decline kita buat deh inovasi. Misanya kita pindah jam tayang, ganti penyiarnya, ada kuis atau musiknya diganti karakternya.

W : evaluasi seperti apa yang dilakukan ketika suatu program woman radio berhasil dan tidak berhasil?

L : ya tadi itu kalau udah jenuh bikin inovasi-inovasi kalau untuk off air. Biasanya kalau dalam kategori program kita menstadarisasi diri itu per tiga bulan. Setelah tiga bulan biasa, kita kayak sponsorin program itu misalnya 3 bulan. Jadi biar bisa terdengar di pendengar.

W : apakah woman radio pernah mendapat kritikan dari pendengar?

L : kritikan untuk masukan iya. Misalnya offair. Pendengar bilang. Kan ini woman radio itu radio perempuan. Penyiarnya banyak perempuan, tapi perempuan seneng denger penyiar laki-laki. Banyakin laki-lakinya dung

W : ada mba kayak gitu?

L : ada son. Pernah kayak gitu masukan-masukannya.

W : sisa dua ni mba pertanyaannya haha.. apakah fungsi woman radio selama ini sudah mencakup sebagai fungsi media massa pada umumnya?

L : nah ini bahan pelajaran pak Ruby ni. Media massa adalah fungsinya itu memberikan informasi dan hiburan. Nah masuk kita. Karena kita memberikan informasi, memberikan hiburan.

W : bagaimana cara mengawasi dan mengarahkan kegiatan staff atau divisi program dalam woman radio?

L : kan kalau masing-masing staff itu punya jobdesknya. Jadi sesuai jobdesknya masing-masing.

R : fungsi pengawasan itu kana da 2. External dan internal. external misalnya bagian program, ya bagian PD. Dia awasin yang dibawah-bawahnya. External itu sapa ya orang-orang itu, sales, prang keuangan, orang teknik dan managemen.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



W

: udah pak mba. Selesai.. makasi banyak ya pak Ruby mba Lia.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.