

BAB II

PROFIL 90.2 FM RADIO ISWARA SEMARANG DAN PROFIL RESPONDEN

2.1. Sejarah 90.2 FM Radio Iswara Semarang

Suara Merdeka Grup sebagai grup media di Jawa Tengah, mempunyai misi untuk memberikan kontribusi aktif terhadap kehidupan masyarakat di Jawa Tengah dan Semarang pada khususnya. Manajemen meyakini generasi muda di Semarang sangat membutuhkan ruang media untuk berekspresi dan memberi contoh, baik dalam dunia hiburan maupun pendidikan.

Selanjutnya Suara Merdeka berkolaborasi dengan MRA Media Jakarta yang telah eksis dalam bisnis radio. PT Radio Dinamika Ornamen Ragam Swara dibuat menjadi stasiun radio dengan konsep menyenangkan, mendidik dan cerdas bernama MTV SKY Semarang pada tahun 2003. MTV Sky Air didirikan pada tanggal 8 Mei 2003 pada frekuensi 90,75 MHz. Pada tahun 2004, frekuensi MTV Sky ditingkatkan menjadi 90,2 MHz mengikuti keputusan pemerintah dalam pengaturan kanal frekuensi.

Setelah mengudara selama 2 tahun, dengan tujuan agar lebih positif, maka identitas udara MTV Sky diganti menjadi TRAX FM, dengan semboyan "*Keep on the Right TRAX*". Semboyan ini merupakan ajakan kepada Anak Muda untuk selalu berfikir positif tetap dalam jalur yang benar. TRAX FM pertama

mendapatkan Ijin Penyelenggaraan Penyiaran dari Menkominfo nomor 559/KEP/M.KOMINFO/12/2007, tanggal 11 Desember 2007.

Pada pertengahan 2024, MRA BMD & Suara Merdeka melalui SM Network sebagai *holding* dari TRAX FM berencana melakukan simplifikasi dari radio-radio dibawah *holding* tersebut. Simplifikasi ini dilakukan dengan tujuan menjangkau segmen pendengar yang lebih luas agar mendapat pendengar dan *brand* yang baru. Beberapa radio yang termasuk dalam *holding* ini yaitu TRAX FM, Iradio Bandung, Hardrock Radio Surabaya.

Ide ini akhirnya dapat direalisasikan dengan mengubah nama seluruh *platform* radio di bawah *holding* MRA BMD menjadi satu identitas yaitu Iswara. Seluruh radio Iswara resmi mengudara menjadi Iswara Radio pada tanggal 26 Februari 2025. Selain menyederhanakan radio-radio dibawah *holding*, Iswara juga berorientasi tidak hanya sebagai radio tetapi juga menjadi sebuah media. Radio Iswara memiliki stasiun yang terletak di beberapa kota seperti Jakarta, Semarang, Palembang, Jogja, Medan, Makassar, Surabaya, Banjarmasin, dan Bandung dengan frekuensi sebagai berikut :

1. 90.2 FM Radio Iswara Semarang
2. 101.4 FM Radio Iswara Jakarta
3. 88.7 FM Radio Iswara Jogja
4. 95.1 FM Radio Iswara Palembang
5. 98.3 FM Radio Iswara Medan
6. 96.0 FM Radio Iswara Makassar

7. 89.7 FM Radio Iswara Surabaya
8. 90.1 FM Radio Iswara Banjarmasin
9. 105.1 FM Radio Iswara Bandung

2.2. Logo

Logo adalah elemen visual yang memainkan peran krusial dalam menciptakan identitas, citra, dan diferensiasi perusahaan dalam persaingan yang semakin sengit. Secara konseptual, logo berfungsi sebagai simbol nilai, visi, dan karakter yang hendak disampaikan kepada audiens, sehingga dapat menghasilkan persepsi yang konsisten dan mudah diingat



Gambar 2. 1 Logo Iswara Semarang

Sumber : Iswara Semarang (2025)

Logo Iswara Semarang dirancang dengan nuansa merah yang secara simbolis mencerminkan semangat, energi, dan keberanian dalam menghadirkan inovasi di dunia penyiaran. Tipografi putih dengan bentuk yang jelas menciptakan kesan transparansi, kejelasan, dan profesionalisme yang mencerminkan komitmen perusahaan pada kualitas komunikasi. Selain itu, bentuk trapesium yang miring ke

kanan melambangkan progresivitas dan fokus pada masa depan, sesuai dengan kebutuhan industri media yang terus berkembang. Penegasan istilah “SEMARANG” di bawah menunjukkan identitas daerah dan meningkatkan hubungan emosional dengan audiens lokal. Logo ini tidak sekadar berfungsi sebagai simbol visual, tetapi juga sebagai wujud nilai strategis perusahaan dalam menciptakan loyalitas dan kepercayaan audiens.

2.3 Visi & Misi

2.3.1 Visi

Menjadi radio anak muda terbaik di Kota Semarang

2.3.2 Misi

1. Mewujudkan Visi dari segi program

Iswara Semarang dengan target pendengar kalangan anak muda akan memberikan konten siaran yang menghibur dan bermanfaat (*Fun & Smart*). Program juga akan dipandu oleh penyiar dengan karakter yang sesuai pendengar serta pengembangan kreatif acara sesuai tren anak muda.

2. Mewujudkan Visi dari segi teknis

Kualitas sinyal akan dijaga selalu optimal dengan penanganan, perawatan dan update perangkat siar dan pemancar. Selain itu pengembangan IT juga akan semakin diperkuat mengikuti perkembangan teknologi (*internet, digital, games, streaming dll*).

3. Mewujudkan visi dari segi manajemen

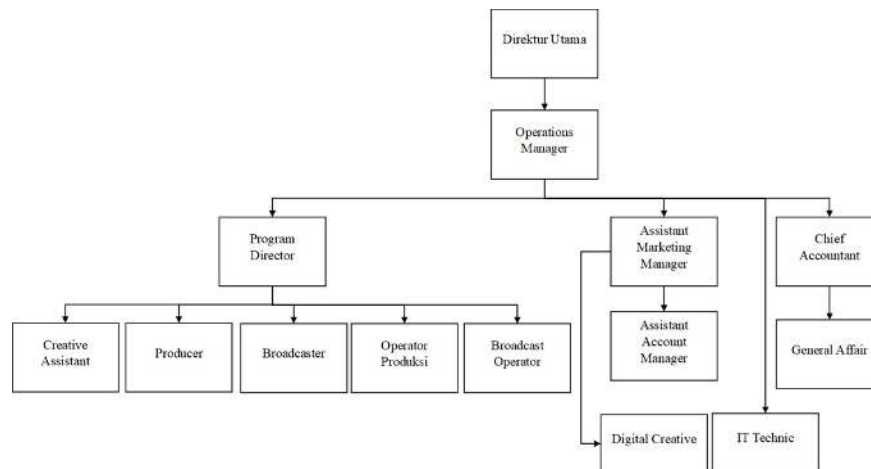
Peningkatan kemampuan atau *skill* karyawan akan selalu dijaga melalui pelatihan dan juga pelaksanaan *review* kinerja secara berkala.

4. Berdasarkan Latar belakang

Kolaborasi dan optimalisasi kerjasama antar *sister company* dan juga dukungan dari 2 *holding media* (MRA dan Suara Merdeka) akan selalu dijaga agar memberi kinerja positif.

2.4 Struktur Organisasi Iswara Semarang

Struktur organisasi merupakan salah satu aspek penting dalam sebuah perusahaan. Struktur organisasi membantu karyawan dalam memahami hierarki atau urutan dalam tugas atau kepada siapa karyawan bertanggung jawab. Struktur organisasi diperlukan agar terdapat susunan yang jelas, tepat, dan terstruktur agar tidak menghambat alur kerja perusahaan untuk mencapai tujuan. Struktur organisasi 90.2 FM Radio Iswara Semarang adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi 90.2 FM Iswara Semarang

Sumber : Iswara Semarang (2025)

1. Direktur Utama

Direktur utama berperan penting dalam kelangsungan operasional Radio Iswara Semarang, karena berfungsi sebagai sumber utama pendanaan untuk kelancaran aktivitas perusahaan. Selain peran pendanaan, direktur utama juga memikul tanggung jawab secara menyeluruh dalam mengarahkan, mengawasi, dan memastikan pencapaian visi serta misi perusahaan.

2. *Operations Manager*

Operations manager memiliki peran penting dalam mengelola alur kerja radio dan media agar seluruh proses berjalan secara teratur dan terkoordinasi. Selain itu, posisi ini juga bertugas memastikan setiap bagian bekerja secara optimal sesuai dengan fungsi dan tanggung jawab masing-masing, sehingga tercipta sinergi antar unit dalam mencapai tujuan perusahaan. Selain dari tugas tersebut, *operations manager* berfungsi sebagai perpanjangan tangan direktur dalam menangani berbagai aspek operasional sehari-hari, sehingga keberlangsungan aktivitas perusahaan dapat terjaga dengan efektif dan efisien.

3. *Program Director*

Program director bertanggung jawab utama untuk memastikan seluruh program siaran yang ditayangkan secara *on air* berjalan dengan baik, lancar, dan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Di samping itu, *program director* juga memiliki tanggung jawab dalam merancang strategi serta menyusun rencana pengembangan yang fokus pada kemajuan radio dan optimalisasi media *digital* serta sosial media

perusahaan. Selain itu, posisi ini memiliki tanggung jawab untuk memantau kinerja tim yang berada di bawah koordinasinya agar dapat beroperasi secara profesional sesuai dengan tugas masing-masing. Lebih lanjut, *program director* juga menitikberatkan pada peningkatan jumlah pendengar serta pengikut di semua platform media sosial Radio Iswara Semarang sebagai langkah untuk memperluas cakupan dan menguatkan keberadaan perusahaan di tengah persaingan industri media

4. *Assistant Marketing Manager*

Assistant marketing manager bertanggung jawab utama untuk meraih target penjualan yang ditetapkan perusahaan dengan strategi yang terukur dan fokus pada hasil. Di samping itu, posisi ini juga berfungsi untuk merancang dan melaksanakan rencana penjualan yang terstruktur agar target yang telah ditetapkan bisa tercapai dengan sebaik-baiknya. *Assistant marketing manager* berperan strategis dalam membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pihak luar, terutama klien, untuk menciptakan kemitraan yang berkelanjutan dan memperkuat kepercayaan terhadap perusahaan.

5. *Chief Accountant*

Chief accountant bertanggung jawab untuk mengelola semua proses keuangan perusahaan dengan transparan dan akuntabel, mulai dari pencatatan transaksi hingga pembuatan laporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Di samping itu, posisi ini juga berfungsi untuk

memastikan bahwa perusahaan mematuhi regulasi perpajakan dengan mengelola administrasi pajak secara tepat dan akurat

6. *Assistant Account Manager*

Assistant account manager memiliki peran dalam membantu *marketing manager* untuk mencapainya target yang telah ditetapkan perusahaan melalui berbagai saluran, baik *on air*, *off air*, maupun *digital*. *Assistant account manager* turut berperan dalam mengawasi dan menilai pelaksanaan program agar hasil yang diperoleh lebih efisien dan berkelanjutan.

7. *Creative Assistant*

Creative assistant bertugas untuk membantu *program director* dalam menjamin kelancaran proses penyiaran dan kegiatan *digital* yang dilakukan oleh perusahaan. Tugas ini meliputi beragam kegiatan kreatif, seperti membantu dalam penulisan skrip iklan yang tepat dan menarik, serta mengawasi konten *digital* untuk memastikan sesuai dengan standar kualitas dan strategi komunikasi yang telah ditentukan.

8. *Producer*

Producer memiliki peran dalam memastikan kualitas program acara melalui penyusunan skrip yang terstruktur, kreatif, dan sesuai dengan konsep siaran yang telah ditentukan. Selain itu, posisi ini juga bertugas memberikan dukungan kepada penyiar dalam pelaksanaan program, sehingga setiap acara dapat berjalan dengan lancar dan menarik bagi pendengar.

9. *Broadcaster*

Broadcaster adalah penyiar yang bertanggung jawab untuk menyajikan program acara dalam periode tertentu sesuai dengan jadwal siaran yang telah ditentukan. Peran ini tidak hanya sebatas memberikan informasi atau hiburan, tetapi juga meliputi kemampuan menciptakan komunikasi interaktif dengan pendengar untuk menghasilkan suasana siaran yang menarik dan dinamis.

10. Operator Produksi

Operator produksi bertanggung jawab utama untuk memproduksi materi iklan yang akan disiarkan di radio, baik yang dihasilkan secara internal (*in-house*) maupun yang dipesan langsung oleh klien. Dalam melaksanakan tugasnya, posisi ini diharuskan untuk memastikan bahwa setiap iklan yang dihasilkan memiliki kualitas audio yang baik, sesuai dengan standar perusahaan, serta dapat menyampaikan pesan dengan efektif kepada pendengar.

11. *Broadcast Operator*

Broadcast operator berperan dalam menjaga kelancaran proses siaran dengan menyusun daftar lagu dan iklan yang akan ditayangkan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Di samping itu, peran ini juga bertanggung jawab untuk memberikan bantuan teknis jika muncul masalah selama siaran, sehingga program bisa tetap berjalan tanpa gangguan yang signifikan.

12. *Digital Creative*

Digital creative bertanggung jawab untuk merancang dan memproduksi beragam konten digital yang menarik dan relevan, baik untuk kepentingan internal perusahaan maupun sesuai dengan permintaan khusus klien. Tugas ini meliputi pembuatan konten kreatif seperti iklan, desain grafis, serta konten multimedia yang mendukung strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan di berbagai platform digital.

13. *IT Technician*

IT technician bertanggung jawab untuk memastikan semua perangkat teknologi yang digunakan di lingkungan radio beroperasi dengan baik, mulai dari komputer, perangkat lunak dukungan, hingga pemancar siaran. Peran ini meliputi tidak hanya pemeliharaan dan perbaikan peralatan, tetapi juga pengawasan sistem agar dapat beroperasi secara optimal tanpa adanya gangguan teknis.

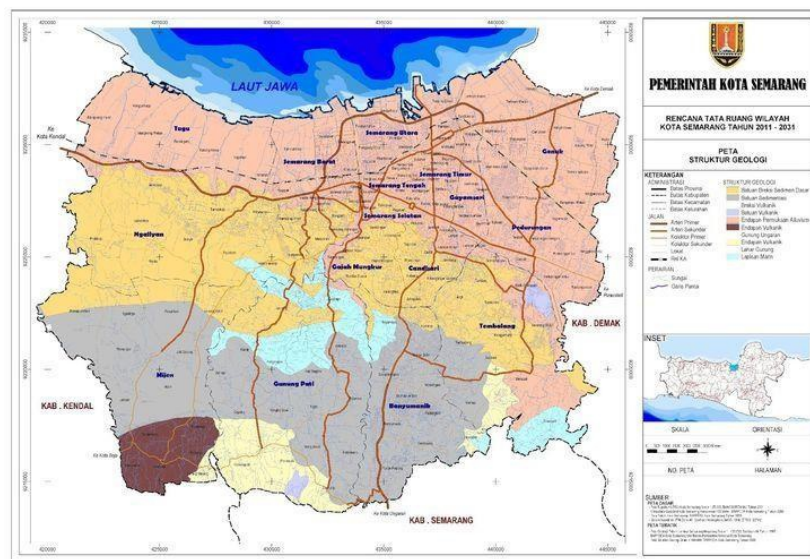
14. *General Affair*

General affair bertanggung jawab untuk mengelola kelancaran operasional kantor yang berhubungan dengan kebutuhan internal perusahaan, terutama dalam hal administratif dan urusan rumah tangga perusahaan. Posisi ini juga berfungsi sebagai wakil perusahaan dalam membangun komunikasi dan memelihara hubungan yang baik dengan pihak luar, termasuk RT, RW, dan lembaga kepolisian.

2.5 Gambaran Umum Kota Semarang

Kota Semarang adalah ibu kota Provinsi Jawa Tengah yang berbatasan dengan Laut Jawa di bagian Utara, Demak di sebelah Timur, Kendal di Barat, dan

Kabupaten Semarang di arah Selatan. Kota Semarang memiliki suhu rata-rata 27°C dan wilayah seluas 373,70 km² dengan 16 kecamatan dan 117 kelurahan, serta penduduk yang terdiri dari berbagai suku seperti Jawa, Cina, dan Arab, serta menganut agama Islam, Kristen, Katolik, Hindu, dan Buddha. Walaupun beragam, komunitas hidup dengan harmonis dan toleransi yang tinggi, menjadikan Semarang aman untuk usaha dan investasi.



Gambar 2. 3 Peta Kota Semarang

Sumber: Pemerintahan Kota Semarang

(2024)

Sebagai pusat provinsi Jawa Tengah, Semarang dilengkapi fasilitas memadai seperti pelabuhan, pendidikan, kesehatan, dan area bisnis. Kota ini terus maju sebagai pusat wisata dan perdagangan, didukung oleh infrastruktur transportasi yang baik, termasuk Bandara Internasional Ahmad Yani serta sistem kereta api dan bus yang memadai. Rincian area Kota Semarang menurut kecamatan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2.1 Luas Wilayah Kota Semarang Berdasarkan Kecamatan

No	Kecamatan	Luas Wilayah	
		<i>km²</i>	Persentase
1	Semarang Tengah	5,17	1,38%
2	Semarang Timur	5,42	1,45%
3	Semarang Selatan	5,95	1,59%
4	Gayamsari	6,22	1,66%
5	Candisari	6,40	1,71%
6	Gajahmungkur	9,34	2,50%
7	Semarang Utara	11,39	3,05%
8	Pedurungan	21,11	5,65%
9	Semarang Barat	21,68	5,80%
10	Genuk	25,98	6,95%
11	Tugu	28,13	7,53%
12	Banyumanik	29,74	7,96%
13	Tembalang	39,47	10,56%
14	Ngaliyan	42,99	11,50%
15	Mijen	56,52	15,12%
16	Gunungpati	58,27	15,59%
Kota Semarang		373,78	100,00%

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Semarang, dalam Angka (2024)

2.6 Profil Responden

Profil responden adalah data dan informasi yang didapat dari responden lewat kuesioner yang disebar oleh penulis sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pendengar Radio 90.2 FM Iswara Semarang yang telah mendengarkan siaran setidaknya selama 60 menit, dengan jumlah 100 orang responden.

Berdasarkan analisis yang dilakukan, responden bisa dikelompokkan menurut tempat tinggal, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan atau uang saku bulanan, durasi penggunaan jasa, serta bentuk penggunaan jasa yang dilakukan oleh responden.

2.6.1 Responden Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

Karakteristik responden berdasarkan lokasi tempat tinggal terbagi menjadi 16 kecamatan yang terdapat di Kota Semarang. Ciri-ciri responden berdasarkan lokasi tempat tinggal dapat diamati melalui tabel di bawah ini

Tabel 2.2 Karakteristik Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal

No	Kecamatan	Responden	Persentase
1	Semarang Tengah	7	7%
2	Semarang Timur	13	13%
3	Semarang Selatan	2	2%
4	Gayamsari	1	1%
5	Candisari	1	1%
6	Gajahmungkur	8	8%
7	Semarang Utara	4	4%
8	Pedurungan	10	10%
9	Semarang Barat	6	6%
10	Genuk	1	1%
11	Tugu	1	1%
12	Banyumanik	7	7%
13	Tembalang	23	23%
14	Ngaliyan	2	2%
15	Mijen	3	3%
16	Gunungpati	11	11%
Total		100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, pendengar radio Iswara Semarang berasal dari beberapa kecamatan di Kota Semarang. Jumlah terbanyak berasal dari Domisili Kecamatan Tembalang, yaitu 23%, diikuti oleh Kecamatan Semarang Timur sebesar 13%, Gunungpati sebesar 11%, dan Pedurungan yang mencapai 10%. Ada kecamatan lain yang memiliki jumlah responden sebesar 8% yaitu Gajahmungkur, diikuti oleh Banyumanik dan Semarang Tengah yang

masing-masing memiliki jumlah yang sama yaitu 7%, serta Semarang Barat dengan 6% dari total responden. Selanjutnya, beberapa kecamatan di seluruh Kota Semarang memiliki kurang dari 5% responden dari masing-masing kecamatannya.

2.6.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terbagi menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan yang dapat dilihat melalui tabel dibawah.

Tabel 2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Persentase
Laki-laki	51	51%
Perempuan	49	49%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.3, dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, jumlah responden laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, yaitu 51 responden berbanding 49 responden. Ini menandakan bahwa responden sangat seimbang antara pendengar pria dan wanita

2.6.3 Responden Berdasarkan Usia

Usia dapat mengukur kemampuan dan tingkat kematangan berpikir seseorang. Pendengar Radio Iswara Semarang berada pada rentang umur yang berbebeda. Dari penelitian yang dilakukan, dapat dilihat data responden melalui tabel dibawah

Tabel 2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Responden	Persentase
17-19 tahun	24	24%
20-24 tahun	43	43%
25-29 tahun	21	21%
≥30 Tahun	12	12%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.4, dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden terdapat variasi usia, di mana kelompok 20-24 tahun adalah kelompok dengan jumlah responden terbesar, mencapai 43%. Selanjutnya, kelompok usia di bawah 20 tahun atau 17-19 tahun menyusul dengan 24%, sedangkan kelompok usia 25-29 tahun mencatat 21%

2.6.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan terakhir diklasifikasikan menjadi beberapa jenis, yaitu SD / MI / Sederajat, SMP / MTs / Sederajat, SMA / MA / Sederajat, Diploma, Sarjana, dan Pascasarjana yang dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Responden	Persentase
SLTA/Sederajat	41	41%
Diploma	4	4%
Sarjana	45	45%
Pascasarjana	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.5, dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, mayoritas terdiri dari pendengar yang merupakan Sarjana

sebanyak 45 responden atau 45%, serta SLTA/Sederajat sebanyak 41 responden atau 41% dari jumlah total responden

2.6.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden yang didasarkan pada pekerjaan dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu Pelajar/Mahasiswa, Swasta/Wiraswasta, TNI/Polri/PNS, BUMN, Tenaga Kesehatan, dan Belum/Tidak Bekerja. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	42	42%
Swasta/Wiraswasta	44	44%
TNI/Polri/PNS	5	5%
Tenaga Kesehatan	1	1%
BUMN	4	4%
Belum/Tidak Bekerja	4	4%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Dari tabel 2.6, dapat disimpulkan bahwa di antara 100 responden, pendengar radio Iswara Semarang berasal dari beragam jenis pekerjaan. Jenis pekerjaan di sektor swasta, baik sebagai pegawai maupun wiraswasta, merupakan responden terbanyak dengan persentase mencapai 44%, sedangkan pekerja di bidang kesehatan hanya mencakup 1% dari total responden

2.6.6 Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan/uang saku perbulan dikategorikan menjadi 6 jenis, yaitu $\leq$ Rp1.000.000 perbulan, $>$ Rp1.000.000 – Rp2.000.000 perbulan, $>$ Rp2.000.000 – Rp3.000.000 perbulan, $>$ Rp3.000.000 – Rp4.000.000 perbulan, $>$ Rp4.000.000 – Rp5.000.000, dan $>$ Rp5.000.000 perbulan. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan/uang saku perbulan dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Perbulan

Pendapatan/Uang Saku Per-Bulan	Responden	Persentase
$\leq$ Rp1.000.000	17	17%
$>$ Rp1.000.000 – Rp2.000.000	21	21%
$>$ Rp2.000.000 – Rp3.000.000	16	16%
$>$ Rp3.000.000 – Rp4.000.000	11	11%
$>$ Rp4.000.000 – Rp5.000.000	12	12%
$>$ Rp5.000.000	23	23%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.7, bisa disimpulkan bahwa dari 100 responden, kelompok pendapatan $>$ Rp5.000.000 dan $>$ Rp1.000.000 – Rp2.000.000 memiliki presentase yang cukup besar, yaitu 23% dan 21%. Selanjutnya, kelompok pendapatan $\leq$ Rp1.000.000 berada di bawahnya dengan 17%, sedangkan kelompok pendapatan terendah yaitu $>$ Rp3.000.000 – Rp4.000.000 mencakup 11% dari total responden

2.6.7 Responden Berdasarkan Alasan Mendengarkan Radio

Karakteristik responden berdasarkan alasan mendengarkan radio terbagi menjadi beberapa kategori yaitu untuk mendengarkan lagu yang diputar, mencari berita atau informasi terbaru, karena program dan atau penyiar dari radio, dan menemani beraktivitas. Karakteristik responden berdasarkan alasan mendengarkan radio dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Mendengarkan Radio

Alasan Mendengarkan Radio	Responden	Persentase
Mendengarkan lagu yang diputar	51	51%
Berita/informasi terbaru	9	9%
Program dan/atau penyiar	5	5%
Menemani beraktivitas	35	35%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.8, dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, mayoritas mendengarkan radio untuk mendengar lagu yang diputar, yaitu sebanyak 51% responden, dan untuk menemani beraktivitas dengan jumlah 35% dari total responden.

2.6.8 Responden Berdasarkan Rata-rata Waktu Mendengarkan Radio

Karakteristik responden berdasarkan rata-rata waktu saat mendengarkan radio terdiri dari 4 jenis yaitu kurang dari 15 menit, 15 sampai 30 menit, 30 sampai 60 menit, dan diatas 60 menit. Karakteristik responden berdasarkan rata-rata waktu saat mendengarkan radio dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Waktu Mendengarkan Radio

Rata-rata Waktu Mendengarkan Radio	Responden	Persentase
<15 menit	22	22%
15-30 menit	40	40%
30-60 menit	26	26%
> 60 menit	12	12%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.9 dapat disimpulkan bahwa dari 100 responden, 40% mendengarkan radio selama 15-30 menit, diikuti oleh 26% responden yang mendengarkan radio dengan durasi 30-60 menit

2.6.9 Responden Berdasarkan *Platform* Mendengarkan Siaran 90.2 Radio Iswara Semarang

Karakteristik responden berdasarkan *platform* saat mendengarkan siaran 90.2 Radio Iswara Semarang terbagi menjadi 3 yaitu melalui radio konvensional baik dari radio di mobil atau alat elektronik radio, melalui *platform online* atau *streaming* baik melalui web atau aplikasi, dan pendengar yang menggunakan keduanya. Karakteristik responden berdasarkan *platform* saat mendengarkan siaran dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Platform Mendengarkan Siaran 90.2 Radio Iswara Semarang

Platform Mendengarkan	Responden	Persentase
Radio Konvensional (di mobil atau radio elektronik)	62	62%
<i>Online/Streaming</i>	29	29%
Keduanya	9	9%

Platform Mendengarkan	Responden	Persentase
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah (2025)

Berdasarkan tabel 2.10 dapat disimpulkan bahwa 100 responden menunjukkan mayoritas mendengarkan radio ketika berada di mobil atau memanfaatkan radio elektronik. Ini dapat dilihat dari jumlah responden yang mendengarkan radio menggunakan platform radio konvensional, baik di mobil maupun radio elektronik, mencapai 62% dari total responden.