BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

2.1.1 Nama, Alamat, dan Bidang Usaha

Nama Perusahaan	: PT. Masima Radio Network
Station Radio	: Prambors Radio
Alamat	: Jl. RS. Fatmawati No. 7, Cilandak Jakarta Selatan, 12420.
Bidang Usaha	: Media (Radio)
Frekuensi	: 102,2 FM
Jangkauan Siar	: Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK)
Telpon	: 0817-1717-1022
Website	: www.pramborsfm.com

2.1.2 Sejarah singkat/ Latar Belakang Perusahaan

Prambors Radio dilahirkan dari sebuah sekelompok anak muda yang mengoperasikan radio buatan. Awalnya radio ini hanya dapat didengarkan di satu daerah Jakarta. Pendirinya adalah Imran Amir, Musrid Rustam, Malik Sjafei, Bambang Wahyudi, dan Tri Tunggal. Tak lama setelah kebersamaan mereka, dirakitlah *transmitter* sederhana yang awalnya berhasil memutar lagi dari piringan-piringan hitam.

Tahun 1970, Prambors lahir dalam bentuk badan hukum Perseroan Terbatas (PT). Prambors menggunankan nama PT Radio Prambors Broadcasting Service yang kemudian pada tahun 80-an, aktenya diubah menjadi PT Radio Prambors.

Selama berjalan beberapa waktu, karena banyaknya pendengar yang berasal dari kaum muda, lagu dan konten atau materi untuk

siaran semakin disesuaikan dengan pendengarnya. Berjaya pada tahun 1971 sampai 1978 tanpa saingan, Prambors memulai menghasilkan beragam karya, dari kaset kompilasi hingga acara *off air* seperti Lomba Cipta Lagu Remaja (LCLR). Banyaknya antusias pendengar, Prambors membantu merilis lagu-lagu terbaik seperti Kidung dan Lilin-lilin kecil.

Pada tahun 1980, mulai muncul beberapa persaingan dengan stasiun radio lainnya yang bertumbuhan. Untuk menjaga komunitas pendengarnya, Prambors adakan kuis dan bagikan banyak hadiah menarik. Tak berhenti berkarya, Prambors hadirkan acara baru seperti Catatan Si Boy, Diary, dan berbagai acara *off air* lainnya.

Disiarkan dari frekuensi 102,3 FM kemudian berubah menjadi 102,2 FM sejak 1 Agustus 2004 karena adanya penataan ulang oleh Departemen Perhubungan. Sejak saat itu, Prambors Radio kibarkan sayap ke seluruh Indonesia, seperti Bandung, Semarang, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Medan, dan Makassar.

Setelah lama mengudara, Prambors hadirkan logo yang berupa wajah berambut keriting dengan gambar vinyet, dengan nama "Si Jabrik".

Gambar 2.1 Si Jabrik



2.1.3 Visi dan Misi

Radio yang mengusung *tagline* "Indonesia Number #1 Hit Music Station", Prambors membawa visinya yaitu untuk menjadi radio yang dapat bertumbuh dan berkembang sehingga menjadi radio terbaik dalam memberikan manfaat, baik dibidang hiburan dan

informasi bagi para pendengarnya (Kawula Muda). Selain itu, Prambors Radio berupaya memberikan kesejahteraan bagi karyawan, memberikan manfaat bagi mitra kerja swasta dan pemerintah dalam perpanjangan tangan (mensosialisasikan program yang ada), dan menjadi manfaat bagi bidang usaha dan para pemiliknya.

Misi yang dijalankan untuk menggapai visi, Prambors berfokus pada peningkatan profesionalisme dan kemampuan dalam penyajian berita dan hiburan, baik dari musik dan program-program siaran dan *online*. Bertujuan untuk menghibur, informatif, dan mendorong pemikiran dan perilaku positif, kreatif, dan berkembang. Berupaya mengikuti kemajuan teknologi secara luas dan mengemban interaksi positif dan efektif bagi para pendengar. Terakhir, berfokus pada pemberian pelayanan dan solusi yang optimal bagi mitra usaha untuk bersama-sama dengan Prambors menggapai tujuan dan memperoleh keuntungan dan manfaat bersama.

2.1.4 Coverage Area

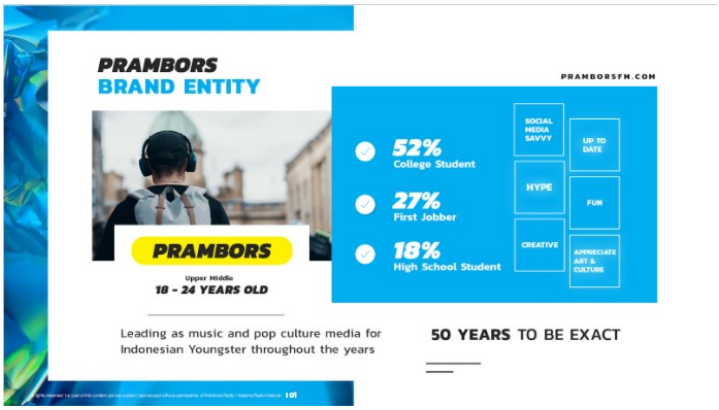
Prambors Radio hadir di beberapa kota di Indonesia, untuk di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK) mengudara di 102,2 FM. Di tujuh kota lainnya, terletak di luar pulau, memiliki jaringan frekuensi yang berbeda. Prambors Bandung 98,4 FM; Prambors Semarang 102 FM; Prambors Solo 99,2 FM; Prambors Yogyakarta 95,8 FM; Prambors Surabaya 89,3 FM; Peambors Medan 97,5 FM; dan Prambors Makassar 105,1 FM.

2.1.5 Segmentasi Pendengar

Segmentasi demografis Prambors Radio terbagi menjadi tiga bagian, yaitu berdasarkan gender, usia, dan SES. Segmentasi pendengar bersadarkan gender terbagi menjadi pada laki-laki dan

perempuan. Prambors Radio memfokuskan pendengannya dalam usia 15-29 tahun. Selain itu, segmentasi pendengan juga menyangkut psikografis yang telah ditetapkan yakni berfokus pada pelajar, baik siswa sampai mahasiswa, karyawan swasta, hingga wirausaha.

Gambar 2.2 Segmentasi Penndengar



Prambors Radio memiliki nilai yang menjadi panduan dalam setiap kegiatan produksi dan penyiarannya, yaitu:

1. Penggunaan Media Sosial (*Social Media Savvy*): dengan adanya perkembangan zaman, dimana media sosial menjadi jembatan nyata bagi pendengar dan penyiar, Prambors Radio menyajikan konten yang terintegrasi dengan semua media sosial yang relevan dan dekat dengan pendengar. Penyebaran konten menjadi lebih cepat, mendekatkan pendengar untuk berpastisipasi, dan memiliki desain yang menarik.

2. *Funny*: melalui program-program penyiaran salah satunya "Desta and Gina In The Morning" (DGITM), Prambors Radio memberikan interaksi dan edukasi dari cara yang humoris atau lucu. Program ini menyajikan beberapa fitur untuk bersenang-senang dengan pendengar/penelepon, salah satunya seperti "Sapa Mantan". Fitur tersebut melibatkan pendengar untuk berkomunikasi dengan penyiar dan mantannya.

3. *Up to Date:* memberikan informasi terbaru, termasuk berita terkini, lalu lintas, dan informasi yang melibatkan nilai-nilai berita di dalamnya, dikemas dengan pembawaan penyiar yang menyenangkan dan ringan. Penyiaran musik dan fitur setiap program dikemas dengan mengikuti perkembangan waktu.

4. Kreatif: menyajikan pola berpikir yang selalu baru, memberikan ide yang orisinil. Diterapkan untuk semua produksi di dalamnya, baik *on air, off air,* dan *online*.

5. *Appriciate art & culture*: prambors menyediakan berita dari mancanegara dan topik pembahasan sampai pemilihan musik internasional. Radio ini memiliki koneksi yang kuat dari pihak internasional dan nasional. Pemilihan topik bahasan selalu mencangkup berita *Pop Culture* (musik, busana, *game*, *digital native*, *sport,* teknologi atau *gadget*).

6. *Hype:* berpacu dengan kecepatan dan ketepatan, radio menjadi wilayah yang membagikan informasi dengan mengikuti arus masyarakat. Mengangkat topik atau kegiatan yang sedang *hype* atau *viral*, membuat radio anak mud aini menjadi lebih dekat dengan pendengarnya.

2.1.6 Ragam Program

Prambors Radio bersama dengan Wadyabala (kru Prambors Radio) menyajikan seluruh program dari produksi dengan segmentasi anak muda. Berikut beberapa program unggulan yang dijalankan secara rutin oleh Prambors Radio.

1. Ragam Program *On-Air*

a. Desta and Gina in The Morning

Program acara pagi hari ini disiarkan setiap hari Senin-Jumat dari pukul 06.00 – 10.00 pagi. Berisi konten-konten siaran yang lucu dan menyenangkan, ditemani oleh Desta, Gina, dan Kenny Djafar.

Gambar 2.3 Desta and Gina In The Morning



b. Sunset Trip (Senang-Senang Trus di Prambors)

Program sore yang menemani Kawula Muda setiap hari Senin-Jumat dari pukul 16.00 – 20.00 malam. Dengan ditemani tiga penyiar humoris dan menghibur, Kresna Julio, Ilham Ramdana, dan Hanny.

Gambar 2.4 Sunset Trip



c. DJ Show

Program yang menemani kegiatan Kawula Muda dengan menyiarkan lagu-lagu kekinian dan membahas konten yang seru, diadakan dari Senin-Jumat pukul 10.00-16.00. dengan beberapa penyiar bergantian dari Christina Jenifer, Bella Arswandita, Ralvi Nasution, Paquita Genushcka, dan Najda Hafizah.

Gambar 2.5 DJ Show



d. Night Shift

Program malam yang disiarkan untuk menemani Kawula Muda setiap Senin-Jumat pukul 20.00-24.00. Ditemani oleh penyiar Mario Pratama dan Narendra Pawaka (Eda).

Gambar 2.6 Night Shift



e. Prambors Top 40

Memutarkan playlist lagu Top 40 Prambors Radio setiap hari Sabtu pukul 16.00-20.00 dan Minggu 06.00-10.00 dengan ditemani dengan penyiar Narendra Pawaka (Eda). Prambors Top 40 menjadi list lagu yang disiarkan juga di wilayah Prambors lainnya di luar Jakarta.

f. Asia Pop 40

Disiarkan secara bersaman dari daftar Asia Pop 40 (40 lagu Asia terbaik) pada hari Sabtu 06.00-09.00 dan Minggu pukul

17.00-20.00 ditemani oleh Joey Chow. Khusus untuk ini, disiarkan khusus hanya untuk Prambors Jakarta.

2. Ragam Program Media Sosial

Pada ragam program yang dibagikan di media sosial salah satunya Instagram, Prambors menggunakan keempat tajuk ini untuk membagikan berita terkini. Sebagian besar berita yang dibagikan berasal dari berita yang telah diunggah ke *website*. Selain dari keempat tajuk ini, produser yang berkaitan dengan ragam acara *on-air* yang wajib membagikan informasi seputar kebutuhan program.

a. Prambors *What's On*

Berita yang berkaitan dengan informasi yang unik dan *listicle*, sebagian besar beritanya mengambil topik seperti game, teknologi, berita viral *(digital native)*, dan film.

Gambar 2.7 Prambors *What's On*



b. Prambors *Sport*

Berita yang dibagikan dalam tagar *Sport*, sebagian besar membagikan informasi seputar olahraga, baik informasi nasional ataupun internasional.

Gambar 2.8 Prambors *Sport*



c. Prambors *News*

Berita yang disajikan dalam tajuk *News* ini memberikan informasi terkini dan terbaru yang sedang ramai dibutuhkan oleh masyarakat. Sebagian besar informasi yang dibagikan dengan tagar ini merupakan berita *hard news.*

Gambar 2.9 Prambors *News*



d. Prambors *Music Invasion*

Berita yang dibagikan dalam tagar *Music Invasion*, membagikan informasi seputar musik dan kehidupan penyanyi atau selebritas dibalik sebuah musik.

Gambar 2.10 Prambors *Music Invasion*



2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Program

Digital Content

Digital content merupakan divisi yang bertugas untuk menunjang program *on-air* radio, seperti menulis informasi eksternal maupun internal program di dalam *website,* media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram).

Informasi atau materi untuk *website* dan media sosial dikerjakan bersama oleh tim *digital content. Website* sepenuhnya dikontrol oleh tim digital. Namun, *website* memiliki tambahan dari tim penulis dan penyunting yang terpisah dari divisi digital.

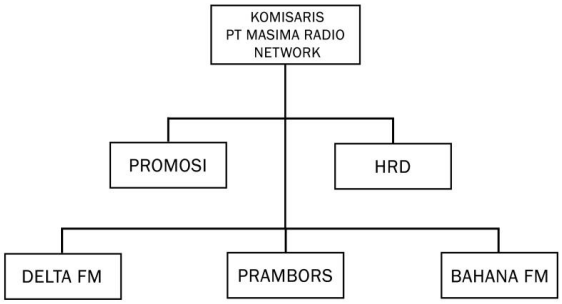
Divisi *digital content*, ikut bertanggung jawab semua hal yang menyangkut aktivitas dalam konten digital (*website* dan media sosial), seperti promosi program, iklan, hingga kegiatan di luar *on-air* untuk ditayangkan di *website* dan media sosial.

Perancangan kegiatan aktif yang diadakan melalui media sosial dan *website,* menjadi perpanjangan tangan dari bentuk utama penyiaran yaitu *on air.* Radio yang merupakan media berbasis suara, tidak memungkinkan pendengarnya untuk dengan mudah memahami dan mengingat seluruh kegiatan. Sehingga, *website* dan media sosial menjadi sarana, dimana pendengar dapat mencari informasi yang sudah tertinggal atau bahkan materi baru yang dengan sengaja disiapkan, salah satunya berita dalam *website* dan media sosial.

Pemilihan berbagai topik berita dan informasi dalam digital content meliputi informasi nasional dan internasional, pemilihan topik berdasarkan kesepatakan perusahaan yaitu *Pop Culture* (musik, film, berita lokal, *sport* berita penunjang, teknologi, *gadget, fashion, dan game).*

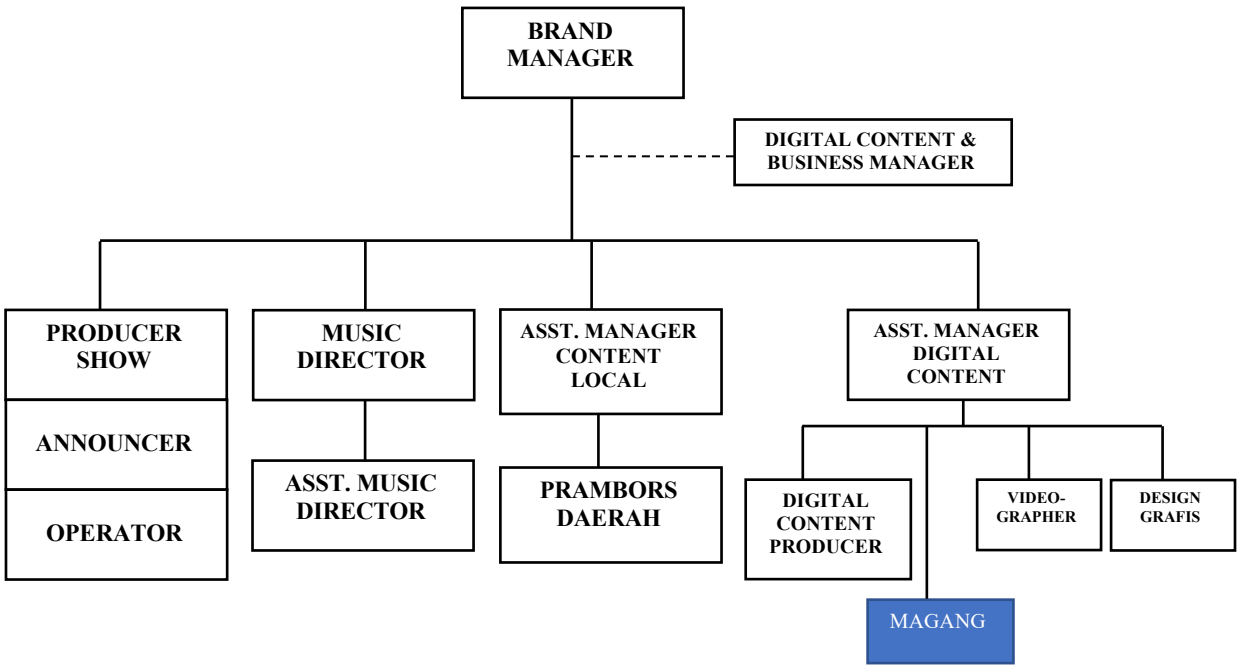
2.3 Struktur kedudukan Divisi Program

Bagan 2.1 Struktur PT Masima Radio



Prambors Radio merupakan perusahaan kelahiran PT Masima Radio Network. Bersama dengan Delta FM dan Bahana FM, Prambors berjalan dengan segmentasi yang berbeda dengan kedua radio PT Masima Radio Network lainnya. Berikut struktur perusahaan Prambors Radio.

Bagan 2.2 Struktur Prambors Radio



Brand Manager	: Iqbal Tawakkal
Digital Content & Business Manager	: Fitzgerald Salendu
Music Director	: Arga Narada
Producer Show	: Putri Wirandini, Iqbal Raisid, Muhammad Hafid, Anggi Siregar.
Asst. Manager Content Local	: Agatha Theodora
Announcer	: Deddy Mahendra Desta, Nycta Gina, Kresna Julio, Ilham Ramdana, Narendra Pawaka (Eda), Mario Pratama, Christina Jenifer (CJ), Kenny Djafar, Paquita Genushcka, Najda Hafizah, Bella Arswandita, Hanny Dinis.
Asst. Manager Digital Content	: Adrian Pratama