

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Profil Perusahaan

Selain menyiarkan program yang informatif kepada para pendengarnya dalam frekuensi 100.6, Heartline FM juga mengabarkan informasi dalam bentuk artikel, foto, dan video, yang diunggah ke dalam portal Heartline.co.id dan Youtube channel yaitu Heartline Network. Dalam portal Heartline.co.id terdapat berbagai macam berita yang disajikan seperti program podcast, Sketsa Keluarga Indonesia, Suara untuk Negeri, Bincang Sehat, Voice of Yaski, dan scripture Union Indonesia. Selain itu, redaksi juga menyajikan berbagai macam artikel terkini yang ditampilkan mulai dari kanal pemberitaan politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Adapun, kanal Youtube Heartline menghadirkan berbagai macam diskusi dengan sejumlah narasumber, misalnya Nasional is Me, Coffee Morning, Bincang Sehat.



Gambar 2.1. Logo Heartline FM
(Sumber : Dokumen Heartline FM)

Arti Logo :

Gambar Gelombang Radio, Artinya adalah gelombang radio yang mencirikan Heartline sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran.

Warna Merah : Simbol karakter yang berani. Dalam mendistribusikan informasi, kadang butuh keberanian. Keberanian untuk

menyampaikan informasi yang benar dan keberanian dalam membuat terobosan

Warna Kuning : Warna cahaya, dengan menaruh warna kuning, maka ini adalah simbol kemenangan dan kejayaan yang bersinar dari Radio Heartline.

Warna Hitam : Simbol kekuatan, kewibawaan, disiplin, dan berkemauan keras. Dibalik tulisan Heartline yang berwarna hitam adalah cerminan dari karakter Heartline yang punya kekuatan dan kemauan keras untuk maju.

Tulisan, 00.6 FM adalah frekuensi Radio Heartline FM, Heartline adalah nama *brand* atau sebutan di udara dari PT. Radio Jati Yaski Mandiri, dan “*Your Family Station*” adalah *tagline* dari Heartline yang mencirikan segmentasi pasar yang hendak dibidik.

2.1.1. Sejarah Perusahaan Heartline Radio

Radio Heartline pertama kali berdiri pada 12 November 1998. Saat itu terjadi peristiwa krisis moneter pada tahun 1997 hingga tahun 1998. Krisis keuangan ini menjadi salah satu pemicu awal mulanya terbentuk radio Heartline FM Tangerang. Berawal dari dampak krisis ekonomi yang melanda seluruh masyarakat Indonesia, khususnya di Jabodetabek, Heartline FM memberikan pengharapan bagi mereka yang telah putus asa. Pada 1998 saat itu Yayasan Yaski, sebagai induk Radio Heartline memilih untuk mengembangkan media penyampai informasi yang benar dan aktual serta membantu kehidupan spiritual masyarakat Jabodetabek yang saat itu sedang mengalami keterpurukan agar dapat bangkit kembali. Pada akhirnya pada tanggal 12 November 1998 untuk pertama kalinya Radio Heartline mengudara melalui gelombang 97.7 FM.

Studio pertama Radio Heartline FM berada di Menara Matahari lantai 56, menggunakan satu ruangan apartemen di area Lippo Karawaci yang terletak di kota satelit di pinggiran Jakarta.. Sementara itu, pemancar Radio Heartline terletak di lantai 57 Menara Matahari. Menara Matahari

pada waktu itu adalah - Gedung yang paling tinggi di Tangerang. Alhasil, jangkauan Radio Heartline FM tidak hanya terbatas di Tangerang, tetapi bisa menjangkau Jakarta, Depok, Bekasi, Bogor, dan Banten. Tagline pada awal radio berdiri adalah “The Master’s Touch”, artinya Radio Heartline FM ingin menghadirkan isi siaran yang bisa menyentuh hati setiap pendengar.

Pada awal tahun 2000, studio Radio Heartline FM pindah ke kawasan Pinangsia di Lippo Karawaci, tepatnya di Karawaci Office Park Blok G-29. Perpindahan ini mengikuti perkembangan Radio Heartline FM yang memiliki ribuan pendengar dan terus memproduksi sejumlah acara off air untuk menyampaikan berita informatif. Frekuensi pun berubah ke 100.6 FM dari 98.85 FM.

Seiring dengan berkembangnya bisnis dan pelayanan Radio Heartline FM kepada masyarakat, pada 2006 studio Radio Heartline FM menempati gedung yang semakin besar, tepatnya di Heartline Center, Jl. Permatasari 1000, Villa Permata, Lippo Karawaci, Tangerang. Studio Radio Heartline berada di Lantai 4. Karena pemancar Radio masih terletak di lantai 57 Menara Matahari, maka untuk teknik siaran, Radio Heartline FM menggunakan Sistem Transmisi Link (STL) hingga sekarang.

Tagline Radio Heartline FM sejak tahun 2006, berubah menjadi “Your Family Station”, karena media ini lebih ingin memfokuskan pada nilai-nilai keluarga dan terbentuknya keluarga yang kokoh. Hal ini juga tercermin dari semangat media yang dirangkum dalam motto: “Memperkokoh Indonesia Melalui Keluarga”.

Kemajuan Radio Heartline FM juga bisa diukur dengan berdirinya beberapa Radio Network di sejumlah kota di Indonesia. Ada Heartline Samarinda (94.4 FM), Heartline Berau (95.9 FM), Heartline Bali (92.2 FM), Heartline Lampung (91.7 FM), Harmoni Makasar (97.0 FM), dan Respon Padang (93.0). Tidak hanya radio terrestrial, Radio Heartline FM

juga mengembangkan konten digital, dengan siaran streaming melalui situs (www.heartline.co.id) ataupun Apps di Android, Soundcloud, dan Youtube Channel.

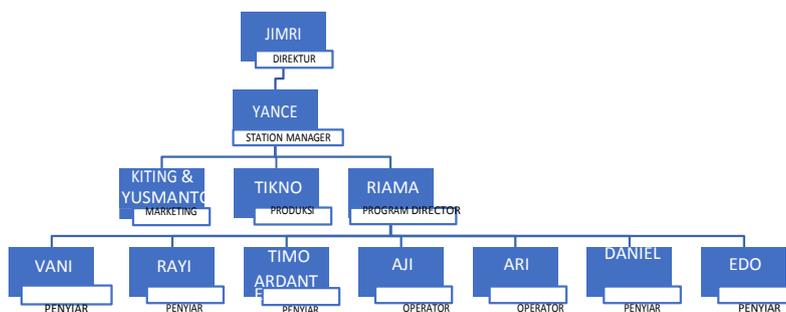
2.1.2. Visi dan Misi

Visi : Menjadi stasiun Keluarga terdepan dikawasan Tangerang dan sekitarnya.

Misi: memenuhi kebutuhan setiap keluarga pendengar Heartline FM dengan menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar di seluruh Indonesia dan sekitarnya melalui siaran radio.

2.1.3. Struktur Organisasi

Berikut adalah struktur organisasi yang terdapat pada Radio Heartline FM:



Gambar 2.2. Struktur Organisasi
(Sumber : wawancara langsung)

Dari paparan struktur organisasi diatas penulis berada diposisi bawah program director yaitu menjadi seorang jurnalis radio bagian produksi selama melakukan praktik kerja magang.

2.1.4. Segmentasi Pendengar

Radio Heartline FM 100.6 melayani audiens di wilayah Jakarta, Depok, Bekasi, Bogor, Tangerang, dan Serang. Radio Heartline FM memiliki segmentasi pendengar dari semua usia mulai dari dewasa, muda, dan juga keluarga. Berikut komposisi pendengar Radio Heartline FM dari jenis kelamin, strata sosial ekonomi, serta berdasarkan musik.

Berdasarkan strata sosial ekonomi pendengarnya Golongan Atas – Menengah Atas sejumlah 25.5%, Golongan Menengah sejumlah 72.5%, dan Golongan Bawah sejumlah 2%. Berdasarkan jenis kelamin yaitu pendengar pria sejumlah 45% dan pendengar wanita sejumlah 55%. Serta, berdasarkan musik yaitu Pop Barat sejumlah 80%, Jazz Kontempory sejumlah 10%, dan Indonesia Kreatif sejumlah 10%.

2.1.5. Program Radi Heartline FM

Tabel 2.1. Program Heartline FM (Sumber: Dokumen Perusahaan)

No.	Nama Program	Hari/ Jam
1	<i>Daily Hope</i>	Senin – Jumat (07.00 WIB)
2	<i>Coffee Morning</i>	Senin – Jumat (07.30 WIB)
3	Sketsa Keluarga	Senin – Jumat (10.00 WIB)
4	Program Minguan (<i>Wisdom Of The Day, Inner Journey, The Platfrom</i>)	Senin – Jumat (11.00 WIB)
5	<i>Heartline Request</i>	Senin – Jumat (13.00 WIB) Sabtu (10.00 WIB)
6	<i>Music Special Heartline Jazz</i>	Senin (16.00 WIB)
7	Info, Music & <i>Special Talk Show</i>	Senin, Selasa, Kamis, Jumat (17.00 WIB) Rabu (16.00 WIB)
8	<i>Music Spesial Clasic Disco</i>	Selasa (16.00 WIB)
9	Kafe Kita	Kamis (16.00 WIB)
10	Cerita Anak	Jumat (16.00 WIB)
11	<i>Parenting with Heart</i>	Sabtu (07.00 WIB)
12	<i>Heartline Movie</i>	Sabtu (08.00 WIB)
13	<i>The Viral</i>	Sabtu (09.00 WIB)

14	<i>Heartline Nostalgia</i>	Sabtu (12.00 WIB)
15	<i>Youth For Christ</i>	Sabtu (21.00 WIB)
16	<i>Heartline Memory</i>	Minggu (13.00 WIB)
17	Rumah Impian	Minggu (17.00 WIB)

(Sumber: Dokumen Perusahaan)

2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi

Perusahaan Heartline Karawaci terbagi dua divisi besar yaitu Divisi Operasional dan Divisi Finance & Marketing. Divisi Operasional hanya fokus pada kegiatan penyiaran, sedangkan Divisi Finance & Marketing lebih fokus untuk spot iklan. Dalam Divisi Operasional terdapat beberapa bagian seperti bagian Penyiaran Umum, Penyiaran Malam, Bagian Musik, Bagian Peliputan, dan Bagian Produksi.

Radio Heartline FM memiliki bagian-bagian tertentu dalam menjalankan job desk di masing masing divisi untuk mendukung kelancaran kegiatan perusahaan. Berikut penjelasan sejumlah posisi dimedia tersebut:

a. Direktur Operasional

Direktur Operasional ini adalah salah satu orang yang menentukan keputusan dalam perusahaan Radio Heartline FM guna menyempurnakan program radio. Direktur ini pun juga memiliki kuasa untuk mengatur dan menjalankan jaringan dalam perusahaan Radio Heartline FM.

b. Station Manager

Station Manager adalah seorang yang bertanggung jawab penuh terhadap keseluruhan siaran Radio Heartline FM. Ia bertanggung jawab terhadap masalah yang berhubungan dengan sumber daya manusia di Radio Heartline FM, yang meliputi penyeleksian, penerimaan, dan penempatan pegawai. Penulis juga langsung berhubungan dengan Station Manager saat proses penerimaan magang.

c. Program Director

Program Director adalah pihak yang menentukan program apa saja yang akan disiarkan setiap jam. Program Director harus mengetahui semua program yang telah disiarkan dari pagi, siang, sore, dan malam. Pada intinya

tugas Program Director bertanggung jawab penuh atas semua program siaran di Radio Heartline FM. Seorang Program Director harus bisa mampu untuk mengatur alur siaran program-program apa saja yang akan disiarkan setiap jam. Tetapi penentuan ini harus disetujui dan dilandasi dengan berbagai pertimbangan, seperti menganalisis kebutuhan pendengar dari pagi, siang, hingga malam hari. Selain itu, Program Director juga membuat rundown program siaran. Jadi rundown itu adalah panduan untuk berjalannya suatu program siaran radio yang di dalamnya berisi lagu jingle dan iklan.

d. Produser

Program Director juga berhubungan langsung dengan produser yang bertanggung jawab atas semua program yang disiarkan. Produser memegang peranan penting dalam memproduksi suara program yang mengudara di Radio Heartline FM. Produser bertugas menampung ide, kritik, dan saran dari pendengar, sehingga topik yang diangkat dapat disesuaikan dengan isu hangat yang sedang terjadi. Produser dan Program Director bekerja sama untuk menentukan ide acara dalam program siaran. Selain itu, Program Director juga membantu produser untuk mengumpulkan materi-materi serta mencari narasumber untuk program siaran, jadi keduanya saling berkaitan dalam ruang lingkup kerja mereka.

e. Musik Director

Music Director adalah orang yang bertanggung jawab dalam menyusun musik yang akan diputar saat siaran serta menentukan jenis musik dan aliran musik apa yang sesuai dengan tema siaran atau jam siaran yang sedang berlangsung. Jenis musik yang diputar oleh Radio Heartline FM adalah pop, rock, R&B, hiphop, jazz, country, blues, dan sebagainya.

f. Public Relation

Public Relations adalah divisi yang bertanggung jawab untuk siaran pers dan mempromosikan kegiatan atau program radio disosial media.

g. Divisi Produksi

Penyiar radio termasuk ke dalam bagian produksi dan bertugas untuk menyiarkan berita dan materi yang sudah dipersiapkan. Adapun, bidang produksi sendiri memiliki peranan dan tanggung jawab dalam memproduksi siaran di radio, termasuk memastikan kualitas suara. Tim ini mengedit ataupun memproduksi semua suara di radio sehingga suara yang dihasilkan sedemikian rupa menjadi suatu audio yang berkualitas untuk mengudara dengan memperhatikan kecocokan dengan situasi yang sedang berjalan.

h. Marketing Division

Marketing Division bertanggung jawab dalam mengurus hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran. Tugas yang dilakukan adalah untuk memasarkan iklan-iklan yang diselipkan di dalam jadwal siaran setiap harinya, seperti iklan produk, iklan layanan masyarakat, dan bertugas pula mengatur Penempatan iklan.

i. Jurnalis Radio

Jurnalis bertugas untuk wawancara dan meliput beragam acara. Selama pandemi, seluruh kegiatan peliputan dilakukan secara daring, seperti mengikuti webinar. Kemudian setelah itu jurnalis memilah hal apa yang harus diangkat untuk dimasukkan ke dalam siaran radio. Jurnalis juga bertanggung jawab untuk melakukan peliputan online dan membuat artikel untuk ditayangkan di situs web perusahaan serta konten untuk sosial media.