

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Heartline FM merupakan radio yang mengudara dengan gelombang 100,6 FM yang berada di daerah Lippo Karawaci. Heartline FM berada di bawah Yayasan YASKI (Yayasan Sumbangan Sosial Keagamaan Kristen Indonesia yang memang mendirikan Heartline FM sebagai media komunikasi Yayasan YASKI. Awal mula terbentuk YASKI, terdapat seorang penyiar (Robert Bowman), pilot (Alm. John Broger), dan pendeta (Pdt. William J. Roberts) yang merencanakan untuk melakukan pelayanan radio. Kemudian didirikanlah Radio *International FEBC – Far East Broadcasting Company* oleh ketiga sosok tersebut. FEBC tersebar dan berkembang pada beberapa negara, salah satunya adalah Indonesia. FEBC yang berada di Indonesia kini dikenal sebagai YASKI (Heartline.co.id, 2021)



(sumber: Dokumentasi Heartline FM)

Gambar 2.1. Gedung Heartline

YASKI berdiri pada 12 November 1969 oleh Prof. Dr. J.E. Ismael, Alm. Rev. Basil Costerisan, Pdt. Dr. Junus N.A. dan Alm. Pdt. Dr. Ais Pormes, dengan mulai melakukan pemberitaan Kabar Baik melalui Kursus Alkitab Tertulis. Sebelum YASKI berlokasi di Lippo Karawaci, YASKI berlokasi di Jl. Lamandau 20, Jakarta Selatan. Awal mula merintis saluran radio, YASKI melakukan rekaman melalui

sebuah kontrakan yang dijadikan studio. Kala itu radio yang direkam masih belum bisa diudarakan, namun hanya disiarkan melalui radio-radio lokal di Indonesia. Produksi radio pada saat itu dilakukan tidak hanya dalam Bahasa Indonesia saja, namun juga bahasa daerah, seperti Sunda, Minang, dan Jawa (Heartline.co.id, 2021). Program yang diproduksi kala itu adalah Heartline *Special Program*.

Radio merupakan media yang tidak mengenal kata istirahat, ketika kita beraktivitas radio tetap melaksanakan tugasnya. Maka dari itu YASKI melihat bahwa dunia penyiaran radio adalah sebuah pelayanan yang unik, karena mampu memberikan informasi dengan jangkauan yang luas yang jarang sekali didatangi oleh pendeta. Kabar baik dapat langsung diwartakan melalui radio. YASKI terus berupaya untuk memperluas jaringan radionya untuk terus dapat memberitakan kabar baik (Heartline.co.id, 2021). YASKI secara aktif terlibat dalam kegiatan sosial contohnya bencana alam, kepada para hamba Tuhan yang berada di daerah pedalaman.

Heartline FM terdapat di 4 kota besar meliputi: Tangerang, Bali, Lampung, Samarinda, dan memiliki jaringan lebih dari 100 radio di Indonesia, yang tergabung JAPRI (Jaringan Pelayanan Penyiaran Radio Indonesia). Heartline FM memiliki jangkauan 30.176 Km² dengan potensi populasi pendengar sejumlah 27.622.941 jiwa. Hingga saat ini, Heartline Radio telah menggandeng 112 partner radio yang tersebar di Indonesia, di antaranya Heartline Lampung (91.7 FM), Heartline Bali (92.2 FM), (Heartline Makassar 97.0 FM), Respon Padang (Heartline Padang 93.0 FM), Harmoni Takalar Djati FM (Heartline Aceh 103.6 FM), Heartline Samarinda (94.4 FM), serta Heartline Tangerang (100.6 FM) yang berperan sebagai radio pusat (Heartline.co.id, 2021).

Heartline FM memposisikan dirinya sebagai radio keluarga, dengan *tagline* “*Your Family Station*” dan slogan “Memperkokoh Indonesia Melalui Keluarga”. Sebagai radio keluarga, Heartline FM menyajikan program acara yang berisikan konten spiritual serta cara membangun hubungan antar keluarga. Namun seiring

dengan berjalannya waktu, Heartline FM menjadikan dirinya sebagai radio komersial yang turut membantu sumber pendanaan Yayasan YASKI.

Heartline FM menargetkan pendengar dengan rentang usia muda serta dewasa yang selalu dinamis dan menyukai informasi aktual seputar bisnis, parenting, motivasi dipadukan dengan musik-musik terbaik dari dalam negeri dan mancanegara. Dengan berkembangnya teknologi, Heartline FM hadir melalui beberapa *platform digital* untuk memenuhi kebutuhan pendengar akan informasi dan hiburan. Heartline FM merupakan radio pertama di Tangerang yang menggabungkan potensi audio informasi dan teks pada situs *website* dan hadir secara visual melalui media sosial.

Radio Heartline memiliki nilai dasar yang sama dengan Yayasan YASKI (Yaski.co.id, 2021), yaitu:

1. *Fear of God*

Takut akan Tuhan dijadikan landasan bersikap dan bekerja yang baik dan benar untuk seluruh *staff* yang berada di Heartline FM.

2. *Action*

Aksi nyata merupakan implementasi yang paling dilakukan ketika memiliki ilmu dan pengetahuan.

3. *Integrity*

Integritas merupakan nilai-nilai yang berlandaskan kejujuran serta rasa tanggung jawab dalam segala aspek.

4. *Team Work*

Ketika melakukan bekerja dalam divisi, keterampilan bekerja sama yang baik akan membuahkan hasil yang maksimal ketimbang melakukan pekerjaan secara individu.

5. *Honesty & Hardworking*

Berperilaku jujur dan bekerja keras akan membuahkan hasil kerja yang baik dan maksimal. Sikap jujur juga akan membangun hubungan yang baik antar rekan kerja.



(sumber: Heartline.co.id, 2021)

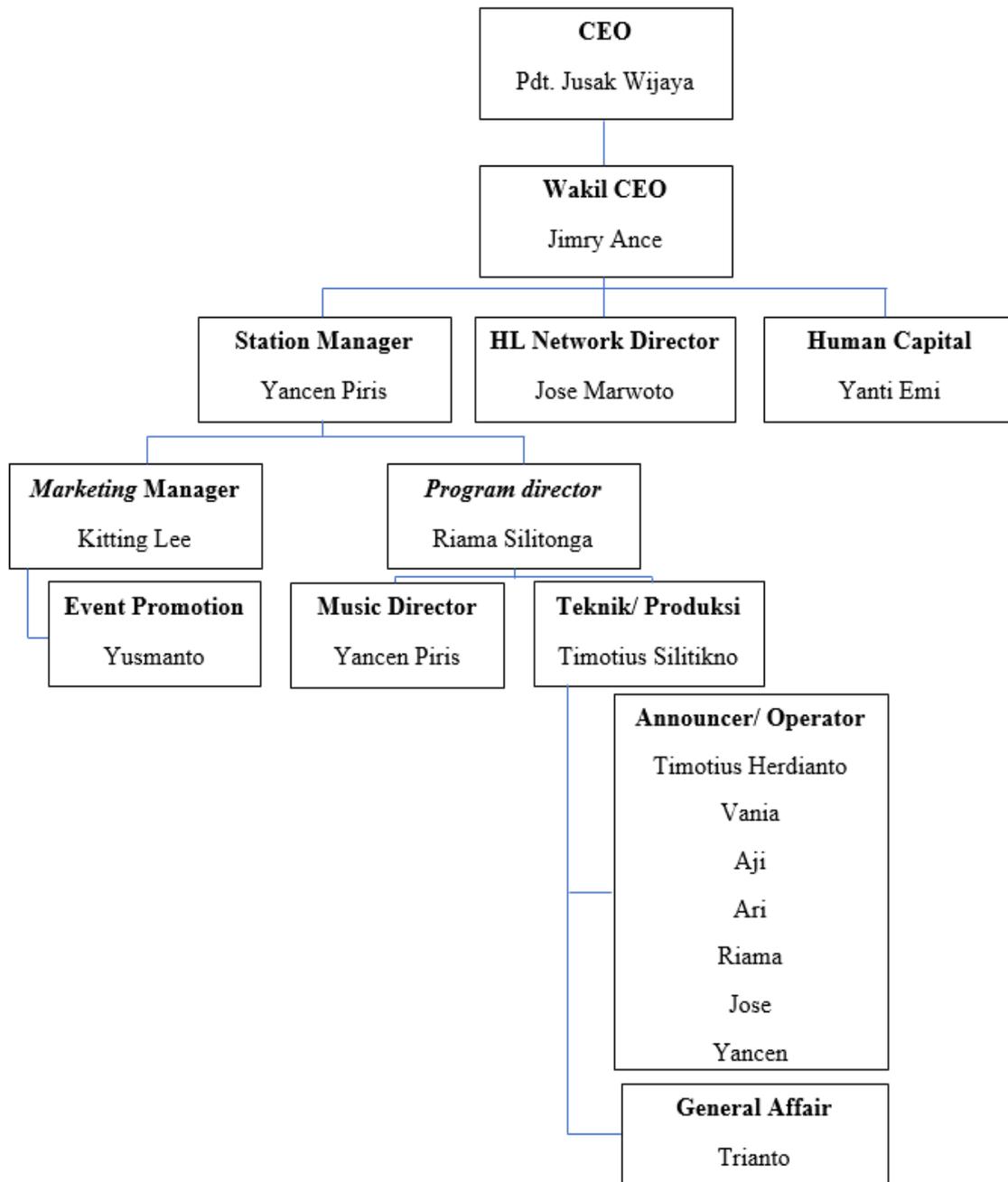
Gambar 2.2. Logo Heartline FM

Makna logo Heartline FM (Heartline.co.id, 2021) adalah sebagai berikut:

1. Heartline FM memiliki logo yang berbentuk gelombang radio, di mana hal ini mencerminkan bahwa Heartline bergerak dalam bidang media penyiaran.
2. Logo Heartline terdiri dari tiga warna yang memiliki makna masing-masing, yaitu warna hitam, merah, dan kuning. Warna hitam memberikan makna kekuatan, berkemauan keras, kewibawaan, serta disiplin. Warna ini mencerminkan karakter dari Heartline FM. Kemudian warna merah memiliki makna keberanian Heartline FM untuk melakukan penyampaian informasi serta melakukan terobosan bagaimana cara penyampaian informasi yang baik. Selanjutnya warna kuning dilambangkan sebagai cahaya, warna ini memberikan kesan sebuah kemenangan serta kejayaan yang telah bersinar di Heartline FM.
3. Logo Heartline memiliki susunan tulisan 100.6 FM yang merupakan saluran frekuensi dari Heartline FM yang menandakan nama merek radio dari PT. Radio Jati Yaski Mandiri. Kemudian tulisan *www.heartline.co.id* merupakan situs *website* resmi dari Heartline FM.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 2.3. Struktur Organisasi Radio Heartline



(Sumber olahan penulis, 2021)

Posisi penulis di Radio Heartline berada dalam divisi *Event Specialist*. Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis melakukan pekerjaan yang membantu tim *marketing* dalam merencanakan kegiatan-kegiatan pemasaran yang dibuat. Heartline FM memiliki *daily event* dan *event sponsorship* yang dilaksanakan selama penulis melaksanakan praktik kerja magang.

Kegiatan *event marketing* yang dilakukan bertujuan untuk meraih *audience* sebanyak-banyaknya dan meningkatkan kesadaran merek terhadap kesadaran merek Heartline FM dan juga para sponsor dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan. Penulis melakukan pembuatan konten untuk Instagram dan *website*, berpartisipasi dalam *meeting* pembuatan *event*, membuat proposal *event*, dan aktivitas promosi *event-event* yang sedang dijalankan.

Berdasarkan bagan di atas, dapat dilihat bahwa CEO dari Heartline adalah pdt. Jusak Wijaya dan diwakili oleh Jimry Ance. Selanjutnya divisi yang langsung dibawah oleh CEO adalah *Station Manager* yang dikepalai oleh Yancen Piris, kemudian *HL Networks Director* yang dikepalai oleh Jose Marwoto, serta *Human Capital* yang dikepalai oleh Yanti Erni. *Station Manager* membawahi *Marketing Manager* yang dikepalai oleh Kitting Lee, serta membawahi divisi *Event Promotion* yang dikepalai oleh Yusmanto.

Penulis memberikan kontribusi kepada *Marketing Manager* dan *Event Promotion* dengan rincian sebagai berikut:

1. Berkontribusi dalam perancangan ide *event* serta pembuatan proposal acara yang akan diajukan kepada sponsor.
2. Melakukan proses pencarian peserta dan juri untuk *event* yang akan dilaksanakan.
3. Melakukan *voice over* untuk pembuatan iklan *event* yang disiarkan melalui radio.
4. Melakukan siaran dalam rangka mempromosikan *event* yang sedang dilaksanakan.

5. Membuat visual dari unggahan konten *event* di media sosial.

Station Manager juga membawahi *Program Director* yang dikepalai oleh Riama Silitonga. Penulis memberikan kontribusi pekerjaan kepada *Program Director* sebagai berikut:

1. Membuat visual dari artikel dari program radio yang diunggah melalui *website* Heartline Network.
2. Membantu menghubungi para pemenang kuis dari sebuah *event sponsorship* yang berlangsung selama sebulan.

Program Director membawahi dua divisi, yaitu *Music Director* yang dikepalai oleh Yancen Piris dan Teknik/Produksi yang dikepalai oleh Timotius. Kemudian bagian Produksi membawahi dua divisi yaitu *Announcer* dan *General Affair*.