



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Profil Perusahaan

2.1.1. Sejarah Singkat PT MLIN

Menurut HRD Manager Johanes Oscar Palandeng (2016), PT Media Lintas Inti Nusantara (MLIN) merupakan perusahaan penyedia konten yang menyediakan berita teraktual, hiburan, olahraga, hingga musik. Perusahaan yang berdiri sejak 14 April 1999, sudah melakukan kerja sama dengan 600 radio di seluruh Indonesia, program dengan berbahasa Inggris juga disiarkan di 200 radio di Asia dan Australia. MLIN tidak hanya cukup menyediakan konten radio saja, tetapi berkembang melalui *live streaming*, media sosial, *website*, *mobile apps*, dan televisi.

Saat ini MLIN memiliki dua program andalan yaitu, penyedia konten *news* dan *soft news*. Sejak dahulu memang terkenal dengan program news yang disiarkan oleh KBR 68H. Pada 3 Mei 2014, KBR 68H mengubah namanya menjadi KBR agar lebih diingat oleh pendengarnya. Lalu adanya perubahan nama diiringi dengan perubahan logo. Logo baru KBR berwarna merah dengan *font* tegas yang menggambarkan semangat baru untuk memproduksi program yang lebih beraneka dan melayani masyarakat yang lebih beragam.

MLIN tidak hanya memberikan produk-produk jurnalisme *news* seperti yang KBR siarkan, tetapi juga hiburan yang menyegarkan seperti musik, olahraga, buku audio, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada 1 Maret 2016, MLIN meluncurkan media baru yang dinamakan *yuhu! Radio*. MLIN mengharapkan pada nantinya siaran yang disiarkan dapat diterima oleh masyarakat yang lebih muda. Perubahan ini

menandai KBR memasuki tahap kedua perkembangannya. Setelah 15 tahun berkembang, KBR akan lebih memiliki ragam program yang salah satunya lebih muda dan dinamis melayani para pendengarnya.

Penulis akan terfokus pada program *yuhu!* yaitu penyedia konten *soft news* sebagai media radio. Media *yuhu.id* merupakan penyedia konten yang sesuai dengan gaya masyarakat saat ini yang dinamis, dengan program hiburan, musik, olahraga, dan gaya hidup. Selain program radio yang disiarkan melalui *live streaming*, *yuhu! Radio* juga memiliki siaran melalui beberapa radio jaringan yang berada di beberapa kota di Indonesia, dan menyediakan konten melalui *www.yuhu.id* yang sesuai dengan gaya hidup para pendengar dan pembacanya. Target pendengar dan pembaca *www.yuhu.id* adalah kelas menengah hingga usia atas yaitu, 15–35 tahun.

Media *yuhu! Radio* merupakan konten media yang sangat luas dan dapat dikatakan *multiplatform* karena selain menyediakan siaran radio, masyarakat dapat membaca melalui *website*, sosial media, dan juga menonton melalui video *live streaming*. Media *yuhu! Radio* juga merupakan radio *content provider*. Hal ini menjadi kelebihan dari *yuhu! Radio* yaitu, tidak memiliki frekuensi seperti radio *mainstream* tetapi dapat didengar dari berbagai radio jaringan yang tersedia di beberapa kota besar di Indonesia dengan merelay di radio-radio daerah dan bisa pula menonton secara *live streaming*.

2.1.2. Logo *yuhu! Radio*

Gambar 2.1 Logo *yuhu! Radio*



Sumber gambar: *yuhu! Radio*

Menurut Produser *yuhu! Radio* Amalia Chairani (2016) merupakan sebuah identitas dari suatu perusahaan yang dapat menggambarkan visi dan misi dari suatu perusahaan tersebut. Biasanya logo dapat berupa gambar, tulisan, atau gabungan dari keduanya. Seperti logo *yuhu!*. Logo merupakan identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual. Biasanya logo ini menjadi tanda pengenal dan ciri khas perusahaan.

Bentuk logo *yuhu!* secara simbolis menggambarkan bahwa *yuhu!* merupakan media yang memberikan sukacita dengan konsep yang dinamis dan dapat menghibur khalayak.

Dari demikian banyak warna, *yuhu! Radio* memilih menggunakan warna biru untuk logo bertulisan "yuhu". Hal tersebut karena warna biru merupakan warna yang lebih terlihat cerdas, informatif, serta komunikatif sehingga dapat menciptakan ketenangan dan menggambarkan sesuatu yang lebih profesional. Selain itu warna biru juga memberikan ekspresi verbal, komunikasi, ekspresi artistic, dan kekuatan. Logo *yuhu* menggunakan warna biru karena ingin memberikan dan menciptakan kepercayaan bagi khalayak.

Warna oranye yang digunakan pada tanda seru (!) logo *yuhu!* Memiliki arti bahwa, *yuhu!* merupakan konten yang hangat dan ramah sehingga, dapat menciptakan kenyamanan bagi pendengar dan pembacanya. Diharapkan warna oranye dapat menggambarkan bahwa program-program yang dimiliki *yuhu! Radio* memiliki kekuatan untuk dapat bersaing dengan program lain. Warna oranye diberikan untuk menarik perhatian khalayak dan menandakan bahwa program yang diberikan *yuhu! Radio* kepada khalayak memiliki semangat.

Penggunaan tanda seru yang miring ke arah kanan atas setelah logo bertuliskan “yuhu” merupakan gambaran bahwa *yuhu! Radio* memiliki program yang bersifat bermutu dan menandakan tegas tanpa keraguan dalam memberikan informasi kepada khalayak. Tanda seru yang dimiringkan ke arah kanan atas berarti *yuhu! Radio* diharapkan bisa terus naik dan berkembang seiring berjalannya waktu.

2.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Sahabat setia yang selalu memberikan para pendengar rasa sukacita, hadir dengan konsep *entertainment*, olahraga, musik, dan gaya hidup sesuai dengan masyarakat saat ini yang begitu dinamis.

Misi

- a. Membangun perusahaan yang sehat akuntabel dan menempati posisi utama dalam industri radio di Indonesia,
- b. Memberikan konten bermanfaat yang dapat menghibur, dinamis, dan memberikan inspirasi,
- c. Membangun jaringan radio terbesar yang menjangkau seluruh pelosok Indonesia dan sejumlah negara di Asia, dan

- d. Memberikan program yang mendidik bagi masyarakat luas.

2.1.4 Spesifikasi Perusahaan

Nama Perusahaan	: PT Media Lintas Inti Nusantara (MLIN)
Stasiun Radio	: KBR <i>yuhu!</i>
Alamat	: Jl. H.O.S Cokroaminoto no. 91, Menteng, Jakarta Pusat
Bidang Usaha	: <i>Content Company</i> (Radio)
Lama Siaran	: 2 jam
Jangkauan Siaran	: Seluruh Indonesia
Telepon	: +6221 2239 2426
Website	: www.yuhu.id

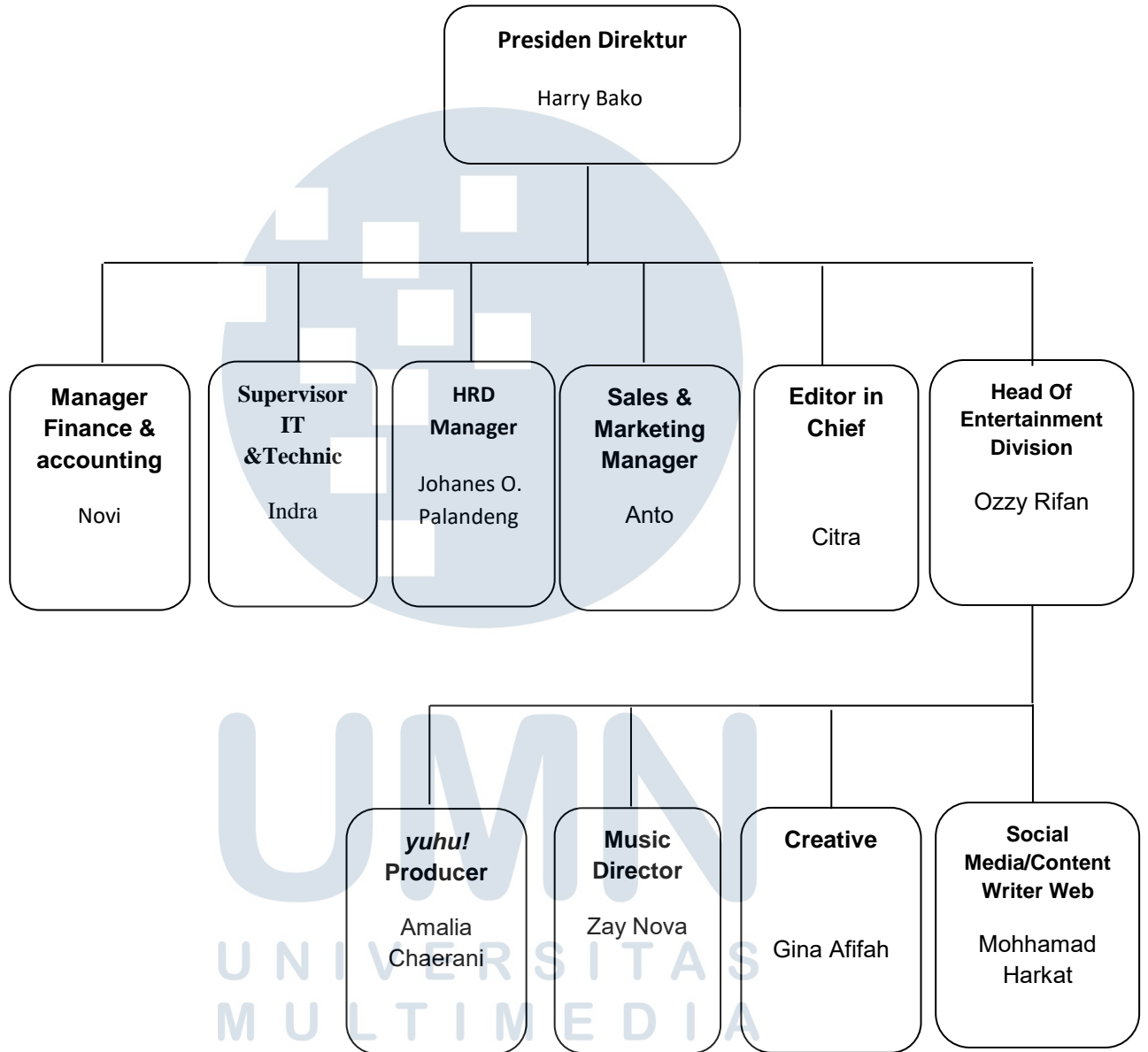
2.1.5 Struktur Organisasi PT MLIN

Berikut merupakan struktur organisasi dari PT MLIN terkait ruang lingkup kerja penulis saat melakukan praktik kerja magang.

Presiden Direktur	: Harry Bako
<i>Manager Finance and Accounting</i>	: Novi
<i>Supervisor IT & Technic</i>	: Indra
<i>HRD Manager</i>	: Johannes Oscar Palandeng
<i>Sales & Marketing Manager</i>	: Anto
<i>Head of Entertainment Division</i>	: Ozzy Rifan
<i>Editor in Chief</i>	: Citra
<i>Social Media and Content Writer Website</i>	: Mohammad Harkat
<i>yuhu! Producer</i>	: Amalia Chairani
<i>Music Director</i>	: Zay Nova
<i>Creative</i>	: Gina Afifah

Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT MLIN

(Sumber: HRD Manager MLIN)



Tabel 2.1 Posisi dan Tugas dalam PT MLIN

POSISI	TUGAS
Presiden Direktur	Mempimpin rapat perusahaan, bertanggung jawab terhadap perkembangan perusahaan, mengkoordinasikan seluruh kegiatan perusahaan, dan mengawasi kelancaran perusahaan sesuai dengan tujuan dan kebijakan yang telah ditetapkan, serta melakukan pengembangan perusahaan.
<i>Manager Finance & Accounting</i>	Mengatur dan mengontrol perencanaan laporan dan pembiayaan perusahaan dan mengelola keuangan perusahaan, serta mengambil keputusan penting dalam suatu investasi dan pembelanjaan perusahaan.
<i>Supervisor IT & Technic</i>	Membeli dan memasang <i>hardware, software</i> , dan hal-hal lain yang berhubungan dengan kantor dan penyiaran, serta melakukan instalasi, perawatan dan penyediaan dukungan harian baik untuk <i>hardware, software</i> , dan peralatan siaran <i>on air</i> .
<i>HRD Manager</i>	memimpin dan mengawasi setiap bidang pekerjaan, untuk bisa memberikan kemampuan maksimal dari SDM yang ada untuk perkembangan perusahaan.
<i>Sales & Marketing Manager</i>	Mencari klien untuk masuk ke dalam program ruang publik KBR, dan mencari pengiklan.
<i>Head of Entertainment Division</i>	Memimpin rapat divisi dan pengambilan keputusan dalam penyediaan konten, mengkoordinir dan mengarahkan setiap bawahannya, serta mengevaluasi seluruh

	kegiatan produksi agar dapat mengetahui kekurangan pada saat siaran sehingga dapat melakukan perbaikan untuk kegiatan berikutnya.
<i>Editor in Chief</i>	Menyunting berita dan mengambil keputusan berita apa yang akan dipublikasikan.
<i>Social Media and Content Writer Web</i>	Membuat akun media sosial dan mengelola media sosial, serta menulis konten untuk dipublikasikan ke dalam <i>website</i> .
<i>yuhu! Producer</i>	Mengawasi berjalannya program <i>yuhu! Pagi</i> dan <i>yuhu! Sore</i> , serta mengembangkan konten dan menjadi jembatan bagi label musik dan manajemen artis.
<i>Music Director</i>	Memilih dan menyediakan lagu-lagu hits masa kini yang sesuai dengan karakteristik <i>yuhu! Radio</i> .
<i>Creative</i>	Membuat suatu konsep kreatif bagi konten dan siaran, serta membantu tim produksi untuk memberikan ide-ide segar dan menarik yang akan disiarkan.

2.1.6 Segmentasi Pendengar

Media *yuhu! Radio* memperhatikan beberapa hal terkait pendengarnya, antara lain sebagai berikut.

a. Servis Pendengar

Media *yuhu! Radio* melayani sesuai dengan keinginan pendengar.

b. Target Pendengar

Anak muda yang aktif dan kreatif. Pendengarnya menyasar SES ABC1.

c. *Emphaty*

Berusaha memahami profil pendengar untuk lebih memudahkan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, terlebih yang terkait dengan siaran.

d. *Positive Image*

Apa yang didengar oleh para pendengar, sangat menentukan “kelas *yuhu! Radio*”.

e. *Positioning*

Mempertahankan dan melebarkan *positioning* sehingga bisa meningkatkan kepercayaan para pendengar dan pengiklan.

2.1.7 Jaringan Kerjasama dengan Radio Daerah

Sebagai *content provider*, *yuhu! Radio* juga membangun jaringan kerjasama dengan radio-radio daerah yang memiliki frekuensi terrestrial. Berikut adalah daftar radio-radio yang merelay siaran *yuhu! Pagi*.

a. 106,6 Sonya FM Medan,

b. 105,8 Ramona FM Palembang,

c. 93,6 Gaya FM Bekasi,

d. 90,1 FM Zora Radio Bandung,

e. 107,2 KR Radio FM Yogyakarta,

f. 98,5 FM Up Radio Semarang,

g. 1038 (Baca Sepuluh Tiga Delapan) Prima Radio Surabaya,

h. 89,3 Fajar FM Makassar,

i. 96 Music Channel FM Banjarmasin,

j. 107,3 FM Radio Karavan Solo,

k. 106,9 FM BBI (Bi Bi Ai) Denpasar,

- I. dan 39 radio daerah berjaringan lainnya dari Aceh Tenggara hingga Sorong, Papua.

2.2 Ruang Lingkup *yuhu! Pagi*

Selama praktik kerja magang, penulis mendapat posisi asisten produser program *yuhu! Pagi*. Pembimbing lapangannya adalah sang produser, Amalia Chairani. Tugas dari produser adalah menyiapkan *output program on air*, materi siaran, membuat program acara yang bisa dijual oleh divisi *sales*, serta menjembatani label musik dan manajemen artis. Amalia Chairani selaku produser *yuhu! Pagi* dan *yuhu! Sore* tak sepenuhnya bekerja sendirian. Dalam program *yuhu! Pagi*, produser dibantu oleh tim terutama di tahap pra produksi dan produksi.

Produksi *yuhu! Pagi* ini bekerja sama dengan radio-radio daerah untuk menyiarkannya setiap pagi sesuai dengan kesepakatan antara kedua pihak. Semua hal dikoordinasikan agar kedua belah pihak sama-sama merasa diuntungkan dan *yuhu! Pagi* bisa selalu memberikan keceriaannya setiap hari.

Program-program yang disiarkan oleh *yuhu! Radio* merupakan produksi sendiri yang memiliki segmentasi di usia produktif dengan SES ABC1 dan menyesuaikan dengan radio daerah yang merelay program *yuhu! Pagi*. Karakteristik radio-radio daerah ini memiliki kemiripan dengan program *yuhu! Pagi*. Untuk program *yuhu! Pagi*, menysasar pendengar yang memulai aktivitas dengan konten ringan, informatif, dan ceria.

Berikut logo *yuhu! Pagi* yang merupakan salah satu program unggulan yang dimiliki *yuhu! Radio* yang juga menjadi tempat praktik kerja magang penulis.

Gambar 2.3 Logo *yuhu! Pagi*



Program *yuhu! Pagi* memiliki beberapa segmen yang disajikan dengan tema berbeda setiap harinya. Berikut program-program *yuhu! Pagi*.

1. TRIVIA

Berbagai macam informasi unik dari seluruh belahan dunia yang disajikan secara menarik dan unik.

2. PILIH MANA

Para penyiar akan berdebat dengan memilih dua pilihan berbeda yang pastinya bikin greget dan kocak banget.

3. BANGGA INDONESIA

Informasi dan Pengetahuan hasil karya anak bangsa Indonesia yang pastinya membuat bangga Indonesia.

4. TOP TRENDING

Memberikan berita dan hal-hal yang sedang ramai dibicarakan masyarakat.

5. YUHU! WOW

Suatu info menarik yang akan membuat kamu berkata 'WOOOWWW'.

6. BUKAN BERITA BIASA (BBB)

Parodi berita *ala* Soleh Solihun yang dibawakan secara serius tetapi lebih banyak unsur *nyeleneh*.

7. NYIRANG RANG (NYANYI BARENG RANGGA)

Menjawab pertanyaan pendengar dengan alunan nada dan nyanyian *ala* Rangga Moela.

8. WAN ABBUD

Abdur Arsyad menjawab pertanyaan pendengar *ala* orang timur tengah yaitu Abdur "Wan Abbud" Arsyad.

9. MADAM KATO

Yuki Kato yang akan menjawab pertanyaan dengan menyambungkannya pada ramalan zodiak si penanya.



Dalam divisi *yuhu! Radio*, terdapat struktur organisasi sebagai berikut.

Gambar 2.4 Struktur Divisi *yuhu! Radio*

(Sumber: *Manager HRD MLIN*)

