



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 Heartline Radio

2.1.1 Sejarah Perusahaan Heartline Radio

Menurut dokumen-dokumen Heartline Radio krisis finansial Asia dimulai pada Juli 1997 di Thailand yang mempengaruhi mata uang, bursa saham dan harga aset lainnya di beberapa negara Asia. Sebagian Macan Asia Timur, Indonesia, Korea Selatan dan Thailand adalah negara yang paling parah terkena dampak krisis ini.

Puncak dari krisis finansial di Indonesia adalah kerusuhan yang terjadi pada 13 Mei - 15 Mei 1998 di Ibu Kota DKI Jakarta, namun juga terjadi di beberapa daerah lain. Kerusuhan ini diawali oleh krisis finansial Asia dan dipicu oleh tragedi Trisakti. Pada kerusuhan ini banyak toko-toko dan perusahaan-perusahaan dihancurkan oleh amuk massa, terutama perusahaan-perusahaan yang dianggap ada hubungannya dengan keluarga Soeharto dan konco-konconya.

Selain itu banyak warga Indonesia keturunan Tionghoa juga menjadi sasaran amuk massa, terutama di Jakarta dan Surakarta. Amuk massa ini membuat para pemilik toko di kedua kota tersebut ketakutan dan menulisi toko mereka dengan tulisan "Milik pribumi" atau "Pro-reformasi". Penyebab dan alasan kerusuhan ini masih banyak diliputi ketidakjelasan dan kontroversi sampai hari ini. Namun demikian umumnya rakyat Indonesia setuju bahwa peristiwa ini merupakan sebuah lembaran hitam sejarah Indonesia, sementara beberapa pihak, terutama pihak Tionghoa, berpendapat ini merupakan tindakan pembasmian orang-orang tersebut.

Dari kerusuhan ini banyak orang yang menjadi korban dari amukan massa mulai memasuki masa stress, sampai ke level putus asa. Banyak orang bunuh diri akibat depresi dan traumatis yang dialami mereka sebagai korban kejahatan maupun korban pemerkosaan.

Far East Broadcast Company yang saat ini berpusat di La Mirada mulai memikirkan cara untuk menolong orang-orang Indonesia, khususnya para korban untuk bisa bangkit kembali meneruskan hidup. Oleh karena itu, Heartline Radio lahir, dari krisis untuk menjadi jawaban atas segala kegelisahan.

Heartline Radio memberi harapan bagi mereka yang putus asa, memberi hiburan bagi mereka yang sedih dan memberi balutan bagi mereka yang terluka. Karena siapapun mereka, masyarakat Indonesia disapa secara seragam oleh Heartline Radio dengan sebutan keluarga.

Heartline Radio Karawaci memulai siaran perdana dari Gedung Menara Matahari Lantai 56 Lippo Karawaci dengan frekuensi 97,75 Mhz. Dalam satu tahun siaran perdananya hasil survey yang dilakukan oleh Heartline Radio membuktikan jumlah pendengar sudah mencapai 1 juta orang.

Akhir tahun 1999 Heartline Radio Karawaci berpindah ke Karawaci Office Park di Ruko Pinangsia, Lippo Karawaci. Sampai awal tahun 2006, Heartline Radio menempati gedung Heartline Center di Jl.Permata Sari No.1000 Lippo Karawaci. Dengan daya pancar 5 KW dan radius pancar 70 – 75 Km, Heartline Radio sudah menjangkau *Heartlistener* di seluruh Jabodetabek.

2.1.2 Jangkauan Siaran

Radio Heartline FM 100,6 meliputi wilayah dengan penduduk lebih dari tiga juta orang yang tersebar di kawasan Jakarta, Depok, Bekasi, Bogor, Tangerang dan Serang.

Heartline Radio memiliki jaringan di tiga kota besar lainnya di 91,7 FM Lampung, 98,4 FM Samarinda, dan 92,2FM Bali. Tak terbatas dengan lokasi Heartline Radio dapat diakses dimana saja melalui Radio Streaming di www.heartline.co.id.

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan Heartline Radio

Visi : Menjadi stasiun radio Keluarga terdepan di kawasan Tangerang dan sekitarnya.

Misi : Memenuhi kebutuhan setiap keluarga pendengar Heartline FM dengan menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pendengar.

2.1.4 Logo Perusahaan Heartline Radio

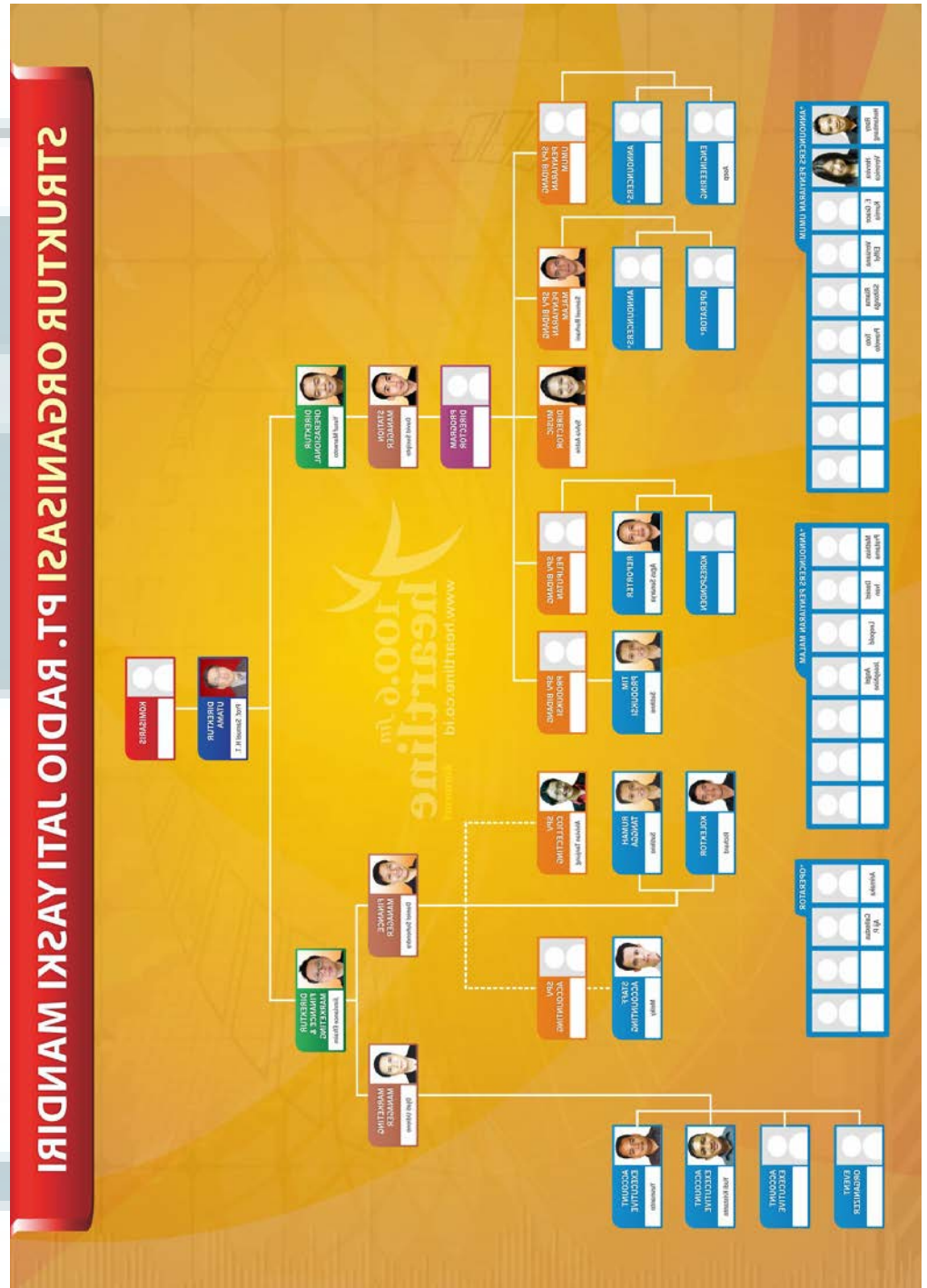
Gambar 2.1 Logo Perusahaan Heartline Radio



Dikutip dari : website www.heartline.co.id

2.1.5 Struktur Perusahaan Heartline Radio

Gambar 2.2 Struktur Perusahaan Heartline Radio



Sumber : Dokumen Heartline Radio

2.1.6 Segmentasi Pendengar

Heartline Radio memiliki pendengar yang dinamis mulai dari mahasiswa, *professional*, *businessman*, ibu rumah tangga dan anak-anak. Sesuai dengan motto Heartline Radio, *Your Family Station*. Heartline Radio adalah radio bersegmentasi keluarga dengan pembawaan demasa muda.

Berdasarkan Strata Sosial Ekonomi Pendengar :

1. Golongan Atas – Menengah Atas : 25,5%
2. Golongan Menengah : 72,5%
3. Golongan Bawah : 2%

Berdasarkan Jenis Kelamin :

1. Pendengar Pria : 45%
2. Pendengar Wanita : 55%

Berdasarkan Jenis Musik :

1. Pop Barat : 80%
2. Jazz Kontempory : 10%
3. Indonesia Kreatif : 10%

2.1.7 Program Heartline Radio

Heartline radio memiliki program yang menarik dan beragam, mulai dari persoalan rumah tangga (*Parenting With Heart, Relationship, home sweet home*), Sosial Politik, Bisnis, Kesehatan, *Finance, Lifestyle, Motivasi, Song Request, Top Playlist* dan Spiritual.

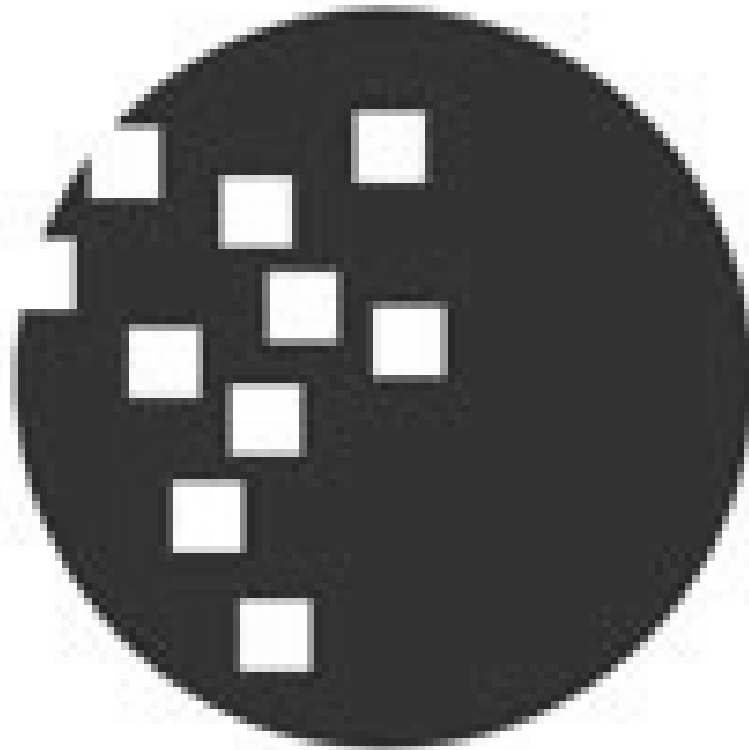
2.2 Ruang Lingkup Kerja divisi

Penulis melakukan praktek kerja magang di perusahaan media Heartline Radio yang bertempat di Gedung Heartline Center di Jl.Permata Sari No.1000 Lippo Karawaci. Penulis melakukan praktek kerja magang selama 45 hari di bagian divisi program. Heartline memiliki divisi operasional program yang dikepalai oleh program director.

Divisi operasional Program bertugas untuk menghasilkan program-program umum baik *talkshow*, *Live*, maupun *Tapping*/rekaman. Dalam divisi tersebut terdapat Divisi Bidang Penyiaran Umum, Divisi Bidang Penyiaran Malam, Divisi Bidang Peliputan, Divisi Bidang Produksi dan Music Director yang dikepalai oleh Program Director bertugas untuk mengatur jadwal program yang akan di siarkan dan menempatkannya kedalam *Timeline*.

Berikut penjelasan beberapa tugas antar divisi operasional program:

1. Divisi Bidang Penyiaran Umum bertugas menghasilkan program-program umum, seperti program *Coffe Morning* yang membahas tentang berita-berita sosial politik yang sedang hangat diperbincangkan. Program *Home Sweet Home* membahas tentang *lifestyle* (*Fresh and Health, Furniture, Traveling* dan *Kuliner*).
2. Divisi Bidang Penyiaran Malam bertugas untuk menghasilkan program yang akan disiarkan pada malam hari, seperti program *Melody of Love* membahas seputar masalah percintaan.
3. Divisi Bidang Peliputan bertugas untuk mencari berita yang aktual sesuai dengan penempatan koordinasi liputan.
4. Divisi Bidang Produksi bertugas untuk mengontrol proses pra produksi, produksi, hingga pasca produksi semua program.
5. Music Director bertugas untuk menyiapkan *playlist* yang akan dipakai dalam program *Top Playlist, Request 2 in 1, Heartline Mix* dan semua program radio dalam satu hari.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA