

BAB II

GAMBARAN

UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Profil Perusahaan

MNC Group adalah salah satu konglomerat media terbesar di Indonesia yang memiliki jaringan luas di berbagai platform komunikasi massa. Grup ini menaungi sejumlah anak perusahaan yang bergerak di bidang penyiaran televisi, media digital, dan radio. Dalam bidang hiburan, MNC Group memiliki tiga saluran televisi Free-to-Air (FTA) yang fokus pada tayangan keluarga, yaitu RCTI, MNCTV, dan GTV.

Selain itu, melalui iNews Media Group, MNC juga menghadirkan berbagai saluran berita, baik melalui televisi nasional maupun lokal. Saluran berita FTA yang dimiliki antara lain RCTI News, MNC News, GTV News, iNews National TV, dan iNews Local TV. Untuk layanan berita berbayar (Pay TV), terdapat SINDOnews TV dan IDX Channel yang fokus pada berita bisnis dan pasar modal. Di ranah digital, MNC Group mengelola beberapa portal berita online terkemuka seperti iNews.id, Okezone.com, IDXChannel.com, dan SINDOnews.com, yang menyajikan berita aktual secara cepat dan luas. Dalam bidang radio, MNC Group mengoperasikan stasiun radio ternama seperti MNC Trijaya FM, V Radio, Global Radio dan RDI 97.1 FM. Keseluruhan platform ini turut diperkuat dengan kehadiran aktif di media sosial seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan TikTok, menjadikan MNC Group sebagai pemain dominan dalam industri media di Indonesia.

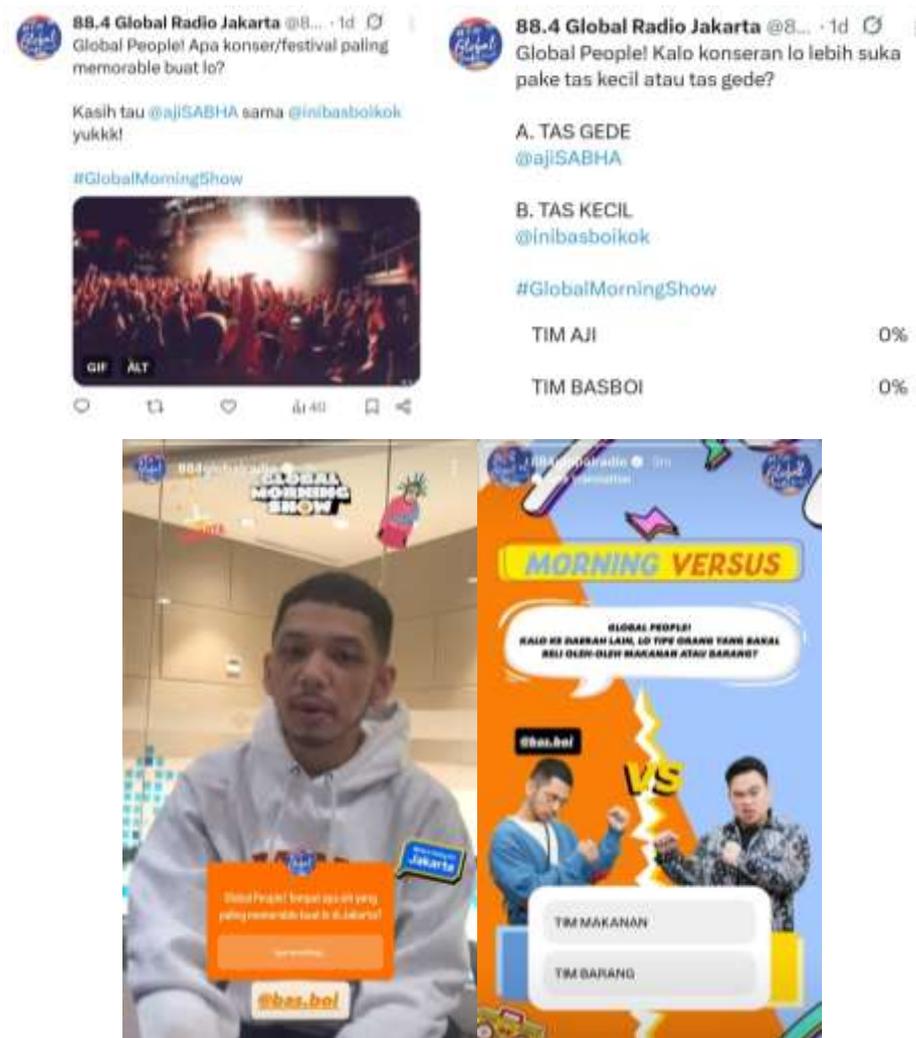


Gambar 2.1 MNC Group

Sumber: MNC Website (2025)

Global Radio adalah stasiun radio yang hadir untuk menjadi teman harian pendengar urban yang aktif, kreatif, dan *up-to-date*. Global Radio Jakarta atau yang lebih dikenal dengan nama Global Radio 88.4 FM adalah salah satu stasiun radio populer yang berbasis di Jakarta dan berada di bawah naungan iNews serta grup besar MNC. Mengusung format siaran musik populer dan *lifestyle*, Global Radio hadir sebagai teman mendengarkan bagi generasi muda urban, khususnya pendengar berusia 18 hingga 49 tahun. Dengan konten yang segar dan penyampaian yang dekat dengan keseharian pendengarnya, Global Radio memosisikan diri sebagai stasiun radio yang relevan dengan tren masa kini. Musik yang disiarkan pun beragam, mulai dari lagu hits internasional hingga karya lokal yang sedang naik daun, menjadikan Global Radio sebagai pilihan utama untuk menemani aktivitas sehari-hari masyarakat Jakarta dan sekitarnya

Setiap siaran pagi di Global Radio tidak hanya menyuguhkan musik dan obrolan seru, tapi juga mengajak pendengarnya untuk ikut terlibat secara langsung melalui berbagai topik interaktif yang dibahas tiap harinya. Interaksi ini tidak hanya terjadi di siaran, tetapi juga terintegrasi dengan *Instagram Story* @globalradio, di mana para pengikut setia yang disebut Global People bisa memberikan pendapat, curhat, hingga voting secara real time.



Gambar 2.2 Topik Harian Social Media
 Sumber: Social Media Global Radio (2025)

Setiap hari, siaran Global Radio dimulai dari pagi hari yang Bernama *Global Morning Show* (GMS) dari pukul 07.00 hingga 10.00 WIB lewat program pagi bersama Aji Shaba dan Basboi. Mereka mengajak pendengar memulai hari dengan

lagu-lagu hits, obrolan ringan yang seru, hingga informasi menarik dan membahas tren terkini. Siaran dilanjutkan pada pukul 12.00 hingga 15.00 WIB lewat program siang yang Bernama *Global Player*. Pada siaran siang ini dibawa lebih santai dan interaktif bersama Shandy Luo yang akan menemani waktu istirahat makan siang dengan insight ringan dan vibes yang menyenangkan. Sementara itu, pada pukul 17.00 hingga 20.00 WIB, Global Radio hadir lewat program sore yang Bernama *Global Afternoon Show (GAS)*. GAS sendiri dibawakan oleh penyiar Bernama Laras Tahira. Program ini bisa menemani pendengar setelah beraktivitas, dengan musik terbaik, cerita-cerita inspiratif, dan koneksi hangat bersama para pendengar.



Gambar 2.3 Segmen Korean Tusiast
Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Sebagai bentuk interaksi yang menyenangkan dengan pendengar, Global Radio secara rutin menghadirkan segmen kuis berhadiah yang diberi nama *Global Gimme More*. Program ini biasanya hadir di sela-sela siaran pagi dan memberikan kesempatan kepada pendengar untuk memenangkan berbagai hadiah menarik. Untuk berpartisipasi, pendengar diarahkan untuk mengakses akun Instagram resmi Global Radio, di mana akan diunggah teka-teki dalam berbagai format seperti video, audio, atau foto. Teka-teki tersebut umumnya berkaitan langsung dengan hadiah yang ditawarkan. Misalnya, jika hadiah yang diberikan berupa voucher gym, maka teka-teki yang disajikan dapat berupa foto peralatan gym yang harus ditebak namanya.

Selain melalui media sosial, *giveaway* ini juga terkadang diadakan secara interaktif melalui siaran langsung, di mana pendengar cukup menjawab topik yang dibahas dan berkesempatan dihubungi secara *on-air* untuk memenangkan hadiah. Program *Global Gimme More* tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens, tetapi juga menjadi sarana promosi yang efektif dan dinamis bagi pihak sponsor yang berkolaborasi.



Gambar 2.4 Segmen Global Gimme More

Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Tidak hanya pada hari kerja, akhir pekan di Global Radio juga memiliki beberapa segmen. Setiap hari Sabtu, Global Radio menghadirkan program spesial bernama *Weekend Takeover* pada pukul 20:00 hingga 21:00 WIB, dimana musisi atau musisi Indonesia diundang untuk *takeover* studio selama satu jam. Mereka akan membawakan lagu-lagu terbaru mereka, berbagi cerita personal, hingga *sharing* hal-hal seru dan menarik yang jarang diungkap di tempat lain. Setelah itu, malam hari ditutup dengan *Dinamix Takeover* pukul 22.00 hingga 00.00 WIB, yaitu program khusus bagi para penikmat *dance music*. Pendengar bisa mengirimkan *music tape* mereka ke email Global Radio, dan karya terpilih akan diputar secara eksklusif, menciptakan *vibes* pesta akhir pekan yang seru.



Gambar 2.5 Kegiatan Segmen Global Weekend Takeover

Sumber: Instagram Global Radio (2025)

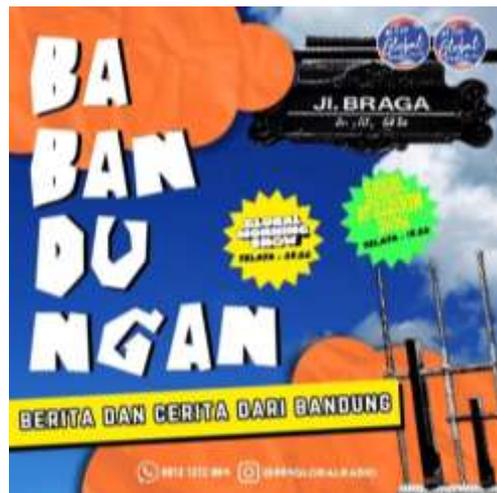


Gambar 2.6 Poster Dinamix on Global Radio

Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Program pagi di Global Radio bukan hanya interaksi dan pemutaran musik saja, tapi juga dilengkapi dengan segmen-segmen yang setiap harinya berbeda. Setiap Selasa, ada segmen "Babandungan" yang tayang dari pukul 08.00 hingga 09.00 WIB. Di segmen ini, pendengar akan diberikan berbagai info terbaru, peristiwa yang menarik, hingga rekomendasi tempat dan kegiatan seru yang sedang

happening. Lalu di hari Rabu, dikhususkan untuk para pecinta Korea lewat segmen yang Bernama "Korean Tusiast" yang hadir dari pukul 09.00 hingga 10.00 WIB. Dalam satu jam penuh, pendengar bisa menikmati sekumpulan lagu K-pop terbaru serta *update* berita-berita terbaru dan budaya Korea yang sedang hangat diperbincangkan.



Gambar 2.7 Segmen Babandungan
Sumber: Instagram Global Radio (2025)



Gambar 2.8 Segmen Korean Tusiast
Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Setiap hari Kamis, siaran memasuki segmen “Biro Curhat”. Dalam segmen ini, pendengar diberi kesempatan untuk ditelpon secara langsung dan bisa menyampaikan cerita atau curhat mereka secara *on air*.



Gambar 2.9 Segmen Biro Curhat

Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Selain itu, pada hari Kamis malam pukul 22.00 hingga 00.00 WIB, terdapat segmen *Global Horror Story (GHOST)* yang secara khusus membahas topik-topik bertema horor.



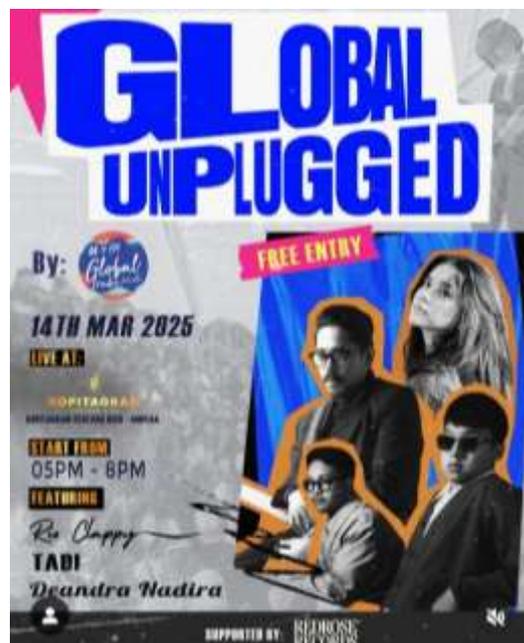
Gambar 2.10 Poster Segmen GHOST
Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Global Radio menghadirkan berbagai program inovatif yang menjadi daya tarik utama bagi pendengar maupun mitra kerja. Salah satu program lainnya adalah siaran di luar studio yang dikemas dalam bentuk kolaborasi promosi bersama mitra, seperti hotel atau tempat usaha lainnya.



Gambar 2.11 Poster Live from Hotel Kuretakeso
Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Selain itu, Global Radio juga memiliki program hiburan interaktif bernama *Global Unplugged*, yaitu sebuah acara musik live yang diselenggarakan di restoran atau kafe dan juga diadakan setiap satu bulan sekali. Dalam kegiatan ini, Global Radio mengundang musisi untuk tampil secara langsung, menciptakan suasana yang hangat dan menarik bagi pengunjung, sekaligus memberikan nilai promosi lebih bagi lokasi usaha yang menjadi mitra penyelenggaraan. Kedua program ini menjadi wujud nyata komitmen Global Radio dalam menghadirkan konten yang kreatif, sekaligus membuka peluang kerja sama strategis dengan berbagai pihak.



Gambar 2.12 Poster Global Unplugged
Sumber: Instagram Global Radio (2025)

Salah satu program unggulan lainnya dari Global Radio adalah *Global On The Move*, sebuah inisiatif edukatif yang melibatkan tim Global radio untuk turun langsung ke kampus-kampus. Program ini bertujuan memberikan pemahaman lebih dalam kepada mahasiswa mengenai dunia penyiaran radio, khususnya bagaimana proses kerja di balik layar sebuah program radio dijalankan. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya mendapatkan penjelasan teoritis, tetapi juga diajak untuk melihat langsung proses kreatif mulai dari perencanaan konten, teknis siaran,

hingga interaksi dengan pendengar. *Global On The Move* menjadi bentuk nyata kontribusi Global Radio dalam mendukung pendidikan non-formal serta memperkenalkan industri radio secara lebih dekat dan interaktif kepada generasi muda.



Gambar 2.13 Poster Global On The Move
Sumber: Instagram Global Radio (2025)

2.2 Visi Misi Global Radio

Hasil dari wawancara dengan supervisor, Global Radio sebagai salah radio yang populer di Jakarta memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

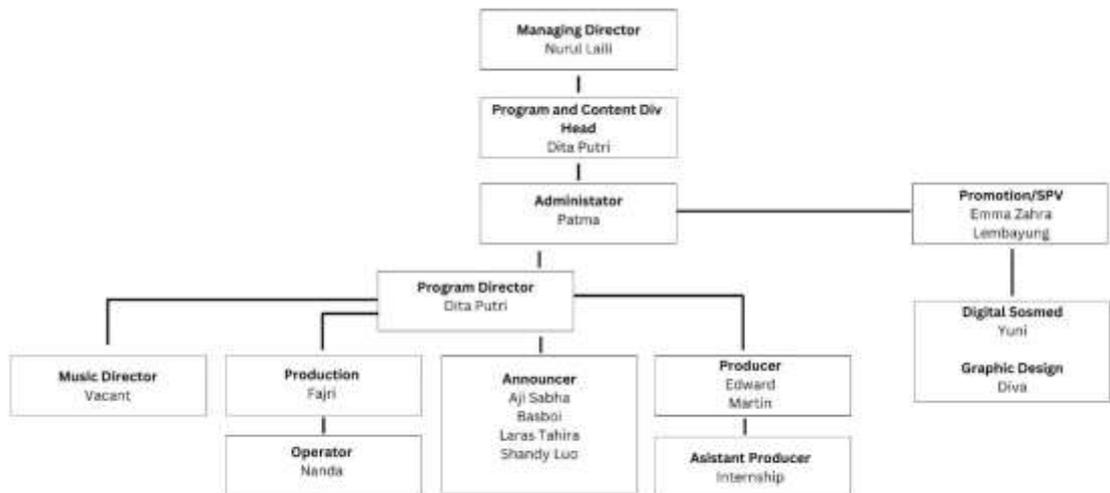
Visi Global radio adalah menjadi radio yang dapat didengarkan oleh anak muda dengan memberikan informasi hiburan yang berkualitas dan mendidik.

MISI

Mengukuhkan posisi Global Radio sebagai radio pilihan anak millenials serta radio menjadi inspiratif bagi anak millenials.

2.3 Struktur Organisasi Global Radio

Global Radio adalah jaringan radio kontemporer di Indonesia di bawah naungan MNC Radio Networks milik Media Nusantara Citra (MNC) dan memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 2.14 Struktur Organisasi Global Radio

Sumber: Dokumen Perusahaan

A. Managing Director

Managing Director adalah posisi tertinggi yang bertanggung jawab atas keseluruhan operasional dan arah strategis perusahaan. Tugas utamanya mencakup mengambil keputusan penting terkait manajemen, keuangan, program, pemasaran, dan pengembangan bisnis stasiun radio. Ia memimpin semua divisi mulai dari program, promosi, teknik, hingga administrasi untuk memastikan semua departemen berjalan sesuai visi, misi, dan target perusahaan. Selain itu, ia melakukan evaluasi rutin terhadap performa tim dan hasil siaran, serta menyusun strategi jangka panjang untuk menjaga daya saing radio di tengah perkembangan industri media yang dinamis.

B. Program dan Content Division Head

Di bawahnya, ada *Program & Content Division Head* yang memimpin tim konten. *Program and Content Division Head* adalah posisi strategis yang bertanggung jawab mengarahkan dan mengelola seluruh aspek program dan konten siaran. Ia juga memimpin tim yang terdiri dari *Program Director*, *Music Director*, *Producer*, dan penyiar, serta menjembatani koordinasi dengan divisi lain seperti promosi, digital, dan teknik. Selain itu, *Division Head* juga memantau performa program berdasarkan data pendengar, *tren* industri, dan *feedback audiens* untuk terus melakukan evaluasi dan pengembangan konten.

C. Administrator

Administrator bertanggung jawab menjalankan fungsi administrasi dan mendukung kelancaran operasional harian stasiun radio. Tugas utamanya meliputi pengelolaan data dan dokumen, penjadwalan kegiatan, pencatatan absensi karyawan, pengarsipan surat, serta memastikan kebutuhan kantor terpenuhi dengan baik. Administrator juga berperan sebagai penghubung antara berbagai divisi dalam hal administratif, termasuk membantu koordinasi acara internal atau eksternal. Selain itu, ia dapat terlibat dalam penyusunan laporan keuangan sederhana, rekap aktivitas promosi atau program, hingga membantu proses pengajuan kebutuhan operasional.

D. Program Director

Program Director bertanggung jawab mengatur dan mengawasi keseluruhan isi siaran agar sesuai dengan visi dan target pendengar. Tugas utamanya meliputi merancang struktur program harian, mingguan, hingga bulanan, serta menentukan jenis konten yang akan disiarkan, seperti musik, berita, *talkshow*, atau segmen interaktif. Program Director juga memantau kualitas setiap program yang tayang, memberikan arahan kepada penyiar dan produser, serta memastikan semua elemen siaran berjalan sesuai standar

dan menarik bagi audiens. Selain itu, ia juga bertugas mengevaluasi performa program dan memberi *feedback*, lalu melakukan penyesuaian strategi konten bila diperlukan.

F. Promotion Supervisor

Di sisi promosi, *Promotion Supervisor* bertanggung jawab dalam merancang, mengoordinasikan, dan mengawasi seluruh kegiatan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan popularitas stasiun radio. Tugas utamanya meliputi menyusun strategi promosi *on-air* dan *off-air*, seperti penyelenggaraan *event*, campaign media sosial, serta kerja sama dengan sponsor atau brand lain. Ia juga berperan dalam merancang materi promosi, mengatur jadwal publikasi, serta memastikan setiap aktivitas promosi berjalan sesuai rencana dan target audiens yang dituju. Selain itu, *Promotion Supervisor* bekerja sama dengan tim kreatif, program, dan digital untuk menciptakan kampanye yang menarik dan konsisten dengan citra stasiun radio.

G. Music Director

Music Director bertanggung jawab dalam mengatur, memilih, dan menyusun *playlist* musik yang akan diputar di stasiun radio, sesuai dengan format siaran dan target pendengar. *Music Director* bekerja sama dengan Program Director dan penyiar untuk memastikan transisi antar lagu berjalan mulus dan mendukung nuansa setiap program. Selain itu, ia juga menjalin relasi dengan label musik, promotor, dan musisi untuk mendapatkan rilisan terbaru dan informasi seputar dunia musik. Tugas lainnya termasuk menganalisis *feedback* pendengar serta data rotasi lagu untuk menyempurnakan *playlist* secara berkala, agar tetap menarik dan kompetitif di tengah persaingan radio yang semakin ketat.

H. Production

Bagian produksi bertanggung jawab atas pembuatan seluruh materi audio yang akan digunakan dalam siaran, termasuk iklan, promo, *jingle*,

bumper, hingga konten-konten kreatif lainnya. Tim produksi memastikan setiap elemen audio terdengar profesional, menarik, dan sesuai dengan identitas stasiun radio. Mereka bekerja menggunakan perangkat lunak editing audio untuk menyusun dan memoles materi siaran, serta berkolaborasi dengan tim program, penyiar, dan tim promosi untuk menghasilkan konten yang mendukung keseluruhan format siaran. Selain itu, bagian produksi juga sering terlibat dalam perekaman dan pengeditan suara untuk program khusus, *event*, atau segmen-segmen tertentu. Kecepatan, kreativitas, dan ketelitian dalam mengelola detail suara menjadi kunci penting dalam menjalankan peran ini, agar setiap konten audio yang disajikan mampu menarik perhatian dan mempertahankan minat pendengar.

I. Operator

Operator memiliki peran penting dalam menjalankan sisi teknis selama proses siaran berlangsung. Tugas utamanya adalah mengoperasikan peralatan siaran seperti *mixer audio*, komputer *playlist*, dan sistem *automation* untuk memastikan transisi antar lagu, iklan, dan program berjalan lancar. Operator juga bertanggung jawab untuk memantau kualitas suara yang ditayangkan, menjaga kestabilan siaran, serta mengatur timing agar setiap segmen tayang sesuai dengan *rundown*. Selain itu, operator sering kali bekerja sama dengan penyiar dan tim produksi untuk memastikan semua elemen siaran baik *live* maupun rekaman tersampaikan dengan baik kepada pendengar.

J. Announcer

Announcer atau penyiar di radio merupakan sosok utama yang berinteraksi langsung dengan pendengar melalui suara. Tugas utamanya adalah membawakan program siaran sesuai dengan *rundown* yang telah disusun, menyampaikan informasi, menyapa pendengar, memutar lagu, serta membacakan iklan atau promosi dengan gaya yang menarik dan sesuai dengan karakter stasiun radio. Seorang *announcer* juga harus mampu menciptakan suasana yang menyenangkan, membangun koneksi emosional

dengan pendengar, dan menjaga energi siaran tetap hidup. Selain itu, penyiar juga perlu mengikuti perkembangan isu terkini agar bisa membawakan konten yang relevan dan engaging. Kemampuan komunikasi, improvisasi, serta penguasaan materi menjadi kunci utama dalam menjalankan peran ini secara profesional.

K. Producer

Producer di radio bertanggung jawab merancang, mengelola, dan mengarahkan jalannya sebuah program siaran dari awal hingga akhir. Tugas utamanya mencakup menyusun konsep acara, menentukan tema dan isi setiap episode, membuat *rundown*, serta memastikan seluruh elemen program mulai dari materi siaran, musik, hingga interaksi dengan pendengar tersaji dengan menarik dan terstruktur. *Producer* juga mengoordinasikan kerja tim, termasuk penyiar, operator, dan bagian produksi, agar program berjalan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Selain itu, ia memantau jalannya siaran secara langsung, memberi arahan selama program berlangsung, dan melakukan evaluasi setelah siaran untuk meningkatkan kualitas ke depannya.

L. Digital Social Media

Tim Digital atau *Social Media* bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aktivitas dan konten radio di platform digital, khususnya media sosial. Tugas utamanya adalah membuat, mengatur, dan mempublikasikan konten yang menarik dan relevan di berbagai kanal seperti *Instagram*, *TikTok*, *X (Twitter)*, dan *YouTube*. Tim ini juga bertugas mendokumentasikan momen-momen *on-air* dan *off-air* untuk dijadikan konten visual, termasuk membuat *caption*, mengatur jadwal posting, serta menjawab komentar atau DM dari *followers*. Kreativitas, kepekaan terhadap tren, serta kemampuan *storytelling* visual menjadi kunci keberhasilan dalam peran ini.

M. Graphic Design

Graphic Design bertanggung jawab dalam menciptakan berbagai materi visual yang mendukung branding dan promosi stasiun radio, baik untuk keperluan *on-air* maupun digital. Tugas utamanya meliputi mendesain konten visual seperti poster acara, *feed* dan *story* media sosial, banner *website*, logo program, hingga kebutuhan cetak. Selain itu, mereka juga berperan menjaga konsistensi elemen desain dalam semua platform agar tampilan brand radio tetap kuat dan profesional. Kolaborasi dengan tim digital, promosi, dan produksi sangat penting agar hasil desain selaras dengan pesan yang ingin disampaikan.