

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Perjalanan berdirinya Radio Heartline FM memiliki akar sejarah yang panjang dan berawal dari sebuah gerakan pelayanan komunikasi. Cikal bakal berdirinya entitas ini tidak dapat dilepaskan dari peran Yayasan Sumbangan Sosial Keagamaan Kristen Indonesia (YASKI). YASKI sendiri lahir sebagai perpanjangan tangan dari Far East Broadcasting Company (FEBC) Internasional, yang diinisiasi oleh figur-figur penyiaran seperti Robert Bowman, John Broger, dan Pdt. William J. Roberts pada awal dekade 1940-an. Di Indonesia, YASKI resmi berdiri pada tanggal 12 November 1969, dengan tujuan awal menjadikan radio sebagai media komunikasi sosial yang menyebarkan nilai-nilai moral dan keagamaan.

Transformasi YASKI menuju format penyiaran komersial yang lebih inklusif dan luas mencapai titik krusialnya pada akhir era 1990-an. Di tengah situasi krisis finansial Asia yang memuncak pada peristiwa kerusuhan Mei 1998 di Jakarta dan sekitarnya, masyarakat mengalami krisis informasi dan membutuhkan media yang dapat memberikan ketenangan serta harapan. Merespons kondisi sosiologis tersebut, YASKI mendirikan Radio Heartline FM secara resmi pada tanggal 12 November 1998 di bawah naungan badan hukum PT Radio Jati Yaski Mandiri.

Pada awal mengudara, Radio Heartline FM memancarkan siarannya melalui gelombang frekuensi 98.85 FM dengan mengusung *tagline* "*The Master's Touch*". Filosofi di balik *tagline* ini adalah harapan agar setiap program siaran yang mengudara dapat menyentuh hati para pendengarnya secara mendalam. Operasional siaran pada masa perintisan ini dilakukan di sebuah ruangan apartemen eksklusif yang berlokasi di Menara Matahari lantai 56, Lippo Karawaci, Tangerang. Pemilihan Lippo Karawaci dinilai sangat strategis mengingat posisinya sebagai kota satelit utama di pinggiran Jakarta

Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya kebutuhan ekspansi operasional, pada akhir tahun 1999, Heartline FM memindahkan pusat studionya

ke Karawaci Office Park di kawasan Ruko Pinangsia. Perjalanan teknis radio ini juga diwarnai dengan perpindahan frekuensi, dari yang awalnya menempati gelombang 98.85 FM, kemudian berpindah dan menetap di frekuensi 100.6 FM hingga saat ini.

Memasuki tahun 2006, bisnis penyiaran Heartline FM berkembang pesat. Ekspansi ini mendorong manajemen untuk merelokasi seluruh kegiatan operasional ke gedung milik sendiri yang lebih representatif, yakni Heartline Center, yang berlokasi di Jl. Permata Sari No. 1000, Lippo Village, Karawaci, Tangerang. Bersamaan dengan fase kedewasaan operasional ini, Heartline FM melakukan *rebranding* yang signifikan dengan mengubah *tagline* utamanya menjadi "Your Family Station". Perubahan ini menandai fokus baru perusahaan yang menempatkan "Keluarga" sebagai entitas terpenting dalam pembangunan masyarakat, dengan membawa semangat "*Memperkokoh Indonesia Melalui Keluarga*".

Kini, Radio Heartline 100.6 FM menyasar demografi pendengar usia muda dan dewasa (usia produktif 25–45 tahun) dengan cakupan siar yang menjangkau lebih dari 3 juta populasi di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek), hingga Serang. Dalam perkembangannya, Heartline FM tidak hanya beroperasi di Tangerang, tetapi telah berekspansi membentuk *Heartline Network* dengan stasiun radio afiliasi di Bali, Lampung, dan Samarinda. Selain itu, Heartline FM juga tergabung ke dalam Jaringan Pelayanan Penyiaran Radio Indonesia (JAPPRI), berjejaring dengan ratusan radio lokal di seluruh Nusantara, dan menjadi pelopor radio di Tangerang yang mengintegrasikan audio visual melalui *multi-platform streaming* dan portal berita web.

2.2 Visi dan Misi

Sebagai korporasi media massa yang berfokus pada segmentasi keluarga dan menyajikan informasi yang aktual, Radio Heartline FM bergerak dengan panduan visi dan misi yang dirancang untuk menjawab tantangan masa depan di industri penyiaran.

2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi stasiun radio keluarga terdepan di kawasan Tangerang dan sekitarnya yang mampu menghadirkan siaran berkualitas, serta memberikan dampak positif yang berkesinambungan melalui penyajian informasi yang akurat, edukatif, dan inspiratif.

2.2.2 Misi Perusahaan

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



Gambar 2.1 Logo jaringan radio Heartline

Sumber: Heartline.co.id

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Berdasarkan struktur organisasi yang ada di Departemen Heartline Tangerang, setiap divisi dan personel memiliki tugas dan tanggung jawab spesifik

guna memastikan kelancaran operasional stasiun radio. Berikut adalah rincian tugas dari masing-masing posisi manajerial dan operasional:

1. **Senior Manager Heartline Network**

Posisi ini memegang kendali manajerial tingkat atas untuk seluruh jaringan Heartline. Tanggung jawab utamanya meliputi pengadaan dan pengawasan program berskala spiritual, sosial, maupun komersial agar senantiasa sejalan dengan visi dan misi Yayasan Yaski.

2. **Station Manager**

Station Manager bertanggung jawab penuh atas operasional dan pengembangan stasiun radio di tingkat lokal. Tugas utamanya adalah menyusun dan mengimplementasikan rencana kerja untuk mendorong pertumbuhan bisnis radio. Posisi ini mengkoordinasikan tim pemasaran untuk melihat peluang pasar dan merumuskannya menjadi program pemasaran yang efektif.

3. **Program Director / PJ Program**

Program Director merupakan pusat kendali dari seluruh konten yang mengudara di stasiun radio. Posisi ini bertugas merencanakan jadwal siaran harian dan mingguan secara detail, mulai dari penentuan segmen acara, topik siaran, hingga kurasi lagu yang sesuai dengan target audiens. *Program Director* memimpin tim penyiar dan staf produksi, serta menjadi penentu persetujuan akhir (ACC) untuk setiap materi siaran dan iklan.

4. **Staf Produksi**

Divisi produksi bertanggung jawab di balik layar dalam merancang dan mengeksekusi pembuatan program atau materi audio. *Staf Produksi* bertugas memastikan seluruh materi yang diproduksi baik dalam skala tahunan maupun harian dikemas secara kreatif dan relevan dengan visi misi perusahaan. Fokus utamanya adalah menciptakan program yang tidak hanya

menarik bagi pendengar, tetapi juga memenuhi ekspektasi dan target dari pihak sponsor.

5. Staf Penyiaran

Staf Penyiaran adalah garda terdepan yang berinteraksi langsung dengan pendengar melalui siaran *on-air*. Tugas utamanya adalah memastikan seluruh produk siaran dan naskah dieksekusi dengan standar mutu vokal dan audio yang tinggi. Posisi ini berfungsi sebagai komunikator yang andal untuk menjembatani pesan dari sumber informasi atau pihak sponsor kepada audiens. Selain membawakan program.

DEPT. Heartline Tangerang



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Umum Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan