

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Radio Jati Yaski Mandiri (Heartline FM) atau Yayasan Yaski merupakan lembaga yang bergerak dalam bidang penyiaran dan pelayanan Kristen yang bertujuan untuk penyebaran informasi kepada masyarakat melalui program radio, Yayasan Yaski juga hadir melalui program pelatihan media serta penguatan keluarga dan anak. Perusahaan ini hadir karena adanya seorang pilot, penyiar, serta pendeta yaitu Alm. John Broger yang merupakan seorang pilot, Robert Bowman yang merupakan seorang penyiar radio dan Pdt. William J. Roberts yang merupakan seorang pendeta hingga hadir lah sebuah pelayanan radio. Ketiga orang yang memiliki visi yang sama untuk mendirikan radio internasional FEBC (*Far East Broadcasting Company*). FEBC hadir pertama kali bertempat di Amerika Serikat pada tanggal 20 Desember 1945, dan berkembang pada beberapa negara termasuk Indonesia. Di Indonesia FEBC dikenal sebagai Yayasan YASKI (Yayasan Siaran Kristen Indonesia).

Yayasan YASKI didirikan pada tanggal 12 November 1969, oleh Prof.DR J.E. Ismael, Alm. Rev. Basil Costerisan, Pdt. Dr. Junus N.A dan Alm. Pdt Dr. Ais Pormes. Yayasan YASKI memulai perjalanannya untuk memberikan Kabar Baik melalui pembelajaran Alkitab. Kemudian melalui siaran radio yang dahulu dipancarkan melalui pemancar internasional di KFBS Saipan sana Manila, kini hanya dipusatkan di FEBC Manila per 1 Mei 2011 dan Iba, di Guam per 30 Oktober 2011, Siaran radio disiarkan ke seluruh Indonesia

Siaran radio tidak mengenal waktu istirahat, karena untuk dapat menembus daerah yang terpencil yang jarang dikunjungi oleh pendeta dan penginjil. Bahkan di wilayah Kabar Baik tidak boleh di wartakan, dengan adanya siaran radio Kabar Baik itu dapat berkumandang. Sampai saat ini, Yayasan YASKI sudah memasuki usia 56 tahun dan berharap dapat terus melayani jiwa yang rindu mendengar Kabar Baik.

Selain memiliki 4 stasiun radio lokal yaitu 100.6 Heartline FM Karawaci, 94.4 Heartline FM Samarinda, 91,7 Heartline FM Lampung, 92,2 Heartline FM

Bali, YASKI berencana akan terus memperbanyak jaringan melalui program MORE (*Mission Outreach Radio Expansion*) yang kerja sama dengan stasiun radio di Indonesia dengan tujuan memperluas pelayanan dalam memberitakan Kabar Baik.

Selain itu, Yayasan YASKI juga turut terlibat berbagai kegiatan yang bersangkutan dengan kegiatan sosial dengan cara, memberikan bantuan kepada korban bencana alam, memberikan modal usaha kepada hamba Tuhan yang berada di daerah pedalaman atau terpencil, pelayanan untuk anak jalanan yang memiliki kehidupan yang kurang mampu serta rumah sakit jiwa. Melalui visi misi Yayasan YASKI sebagai yayasan Kristen yang berfokus pada pelayanan yang berupa kegiatan sosial dan kemanusiaan yang sudah diresmikan mulai tahun 12 November 1998 di Jakarta.

Sebelum didirikannya Radio Heartline FM Karawaci, yayasan YASKI memberikan pelayanan melalui Radio Pelita Kasih yang diberi nama Heartline Special Program. Setelah satu tahun berlalu, yayasan YASKI mendirikan stasiun radio yang diberi nama Radio Heartline FM Karawaci dengan frekuensi pertamanya yaitu 97,85MHz. Dalam waktu yang singkat, Radio Heartline FM memiliki jumlah pendengar yang semakin tersebar dan semakin banyak pada daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi.

Radio Heartline FM, yang bertempat di Karawaci, Tangerang, berdiri pada 12 November 1998 di tengah krisis moneter sebagai media pelayanan di bawah naungan Yayasan YASKI. Mulai siaran pada frekuensi 97.85 MHz sebelum pindah pada frekuensi 100,6 FM, radio ini fokus menjadi stasiun keluarga dengan motto “Memperkokoh Indonesia Melalui Keluarga”.

Adapun Logo Heartline FM, yang berpusat pada simbol hati, melambangkan kasih sayang, kepedulian, dan ketulusan pelayanan kepada pendengarnya



Gambar 2.1 Logo Heartline Radio Network

Sumber: heartline.co.id (2026)

2.1.1 Visi Misi

Visi dan misi perusahaan merupakan bagian dari landasan fundamental yang menjadi arah serta pedoman dalam menjalankan seluruh aktivitas organisasi. Keberadaan visi dapat mencerminkan tujuan dari perusahaan dalam jangka panjang, sementara misi pada perusahaan dapat menggambarkan langkah strategis yang dilakukan perusahaan untuk dapat mencapai tujuan. Mengacu kepada informasi yang terdapat pada situs web resmi Yayasan Yaski (Yaski.co.id), berikut merupakan visi dari Yayasan YASKI:

“Christ To The Word By Media”.

Organisasi dapat mencapai suatu visi diperlukan misi yang kuat didalamnya.

Adapun misi yang menunjang visi Yayasan YASKI sebagai berikut:

“Mengabarkan Injil, menjabarkan, melaksanakan kasih Kristus melalui sarana media, program dan SDM yang berkualitas”

2.1.2 Karakteristik Perusahaan

Dalam menjalankan promosi, perlu memahami target audiens, kompetitor serta sumber pendapatan, agar dapat meningkatkan kualitas promosi. Karena itu, pada bagian ini akan diuraikan berdasarkan karakteristik perusahaan sebagai berikut:

A. Target Audiens

Target audiens Yayasan Yaski mencakup semua umat Kristen di seluruh Indonesia, baik yang mudah dijangkau maupun yang sulit dijangkau seperti di pedalaman.

B. Kompetitor

Kompetitor Yayasan Yaski yang juga turut bergerak dalam bidang pelayanan media, seperti Radio Pelita Kasih, Yayasan Pelayanan Media Indonesia dan Yayasan PAMA. Walaupun menghadapi kompetitor yang ada, tidak mengurangi komitmen Yayasan Yaski dalam menjalankan misinya yaitu memberitakan Kabar Baik.

C. Sumber Pendapatan

Sebagai organisasi nirlaba, Yayasan Yaski mendapatkan pendapatan melalui berbagai sumber yang mendukung pelaksanaan program, melalui donasi kasih yang merupakan sumbangan sukarela dan dukungan dari pelanggan dan kemitraan.

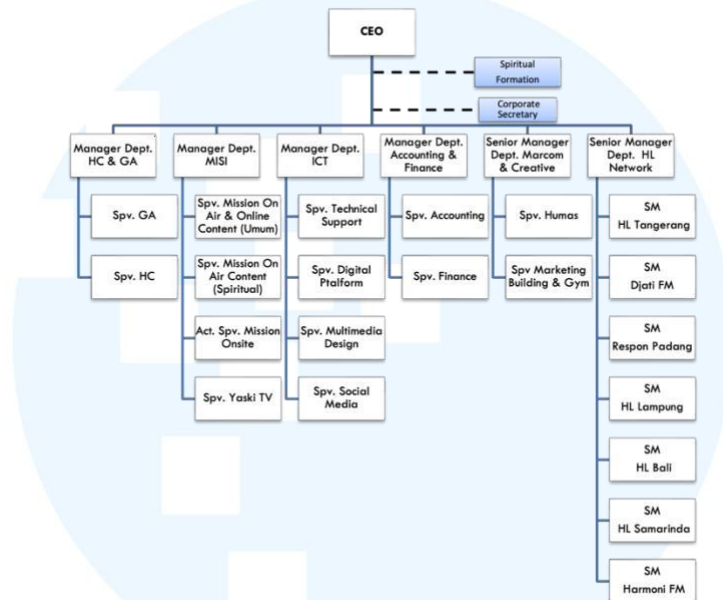
2.2 Struktur Organisasi

Yayasan YASKI memiliki struktur organisasi agar pekerjaan dapat dikerjakan secara baik dan teratur. Struktur yang dimiliki oleh organisasi memiliki peranan sangat penting dalam mendukung jalannya perusahaan agar dapat beroperasi secara terencana dan terkoordinasi.

Melalui struktur organisasi, pembagian wewenang, tanggung jawab, serta hubungan kerja antar bagian dapat tersusun dengan jelas, hal tersebut bertujuan agar

anggota dapat memahami peran setiap individu untuk dapat Mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

STRUKTUR ORGANISASI YAYASAN YASKI



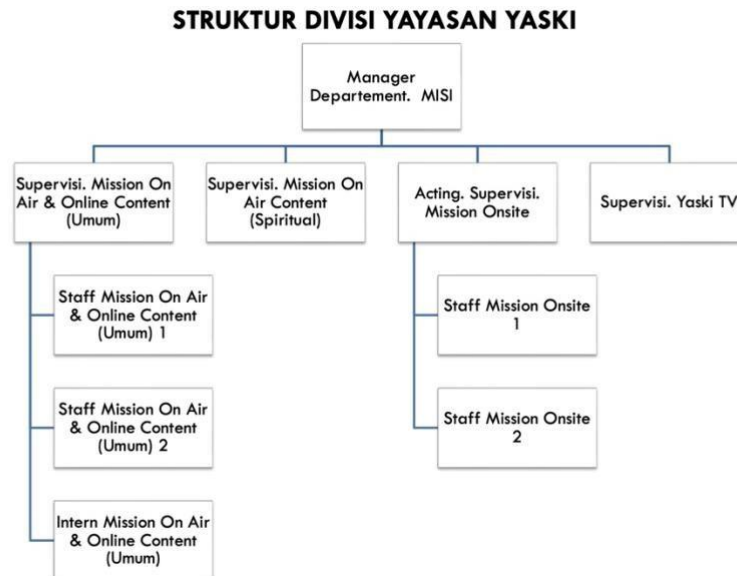
Gambar 2.2. Struktur Organisasi Umum Yayasan Yaski

Sumber: Perusahaan (2026)

Departemen Misi merupakan salah satu divisi yang berfokus pada tujuan pelayanan kepada pendengar radio. Departemen ini bertanggung jawab sebagai penghubung antara yayasan dengan para pendengar guna menjaga hubungan baik dan alat untuk menyebarkan firman Tuhan.

Berikut struktur departemen Misi:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.3. Struktur Khusus Departemen Misi
Sumber: Olahan Penulis (2026)

Berikut ini merupakan pembagian tugas serta tanggung jawab masing-masing kedudukan pada struktur Departemen Misi:

1. Manajer Departemen. Misi

Pada posisi ini bertanggung jawab untuk menjaga benang merah setiap kegiatan misi, sesuai dengan visi dan misi juga filosofi Yayasan YASKI (kualitas), mengarahkan dan menjaga konsistensi dan keterkaitan setiap rencana semua aktivitas misi, baik siaran (radio), daring (TV), maupun luring (tindak lanjut), memastikan jalannya proses produksi sesuai rencana kerja dan optimalisasi anggaran yang menyertainya bersama Departemen pemasaran komunikasi, mengembangkan pelayanan misi dengan mencari dan mengeksekusi kerja sama dengan pihak lain (dalam maupun luar negeri) demi mewujudkan visi dan misi Yayasan YASKI, bekerja sama dengan Departemen Heartline Radio Network untuk melakukan kerja sama sebanyak-banyaknya dengan jaringan radio MORE (*Mission Outreach Radio Expansion*), mengatur

pendistribusian program rohani radio ke seluruh anggota jaringan radio Heartline networks & jaringan radio MORE (*Mission Outreach Radio Expansion*) secara terencana dan tepat waktu, yang bisa diakses melalui internet.

2. Supervisi. *Mission On Air & Online Content* (Umum)

Bertugas untuk menjadi produser untuk program, Radio Heartline, SKI (Sketsa Keluarga Indonesia), PWH (*Parenting With Heart*), RIA (Rumah Impian Anak). Serta mencari narasumber dan membuat tema, menyetujui konten yang bersifat umum untuk kebutuhan Instagram, Tiktok, dan Facebook, menjadi penanggung jawab program Bicara Fakta pada Yaski TV.

3. Supervisi. *Mission On Air Content* (Spiritual)

Pada posisi ini bertugas untuk memproduksi konten radio, membuat naskah, mencari ide, mencari *talent*, merekam audio, mengecek hasil rekaman, serta distribusi rekaman.

4. *Acting. Supervisi. Mission Onsite*

bertugas untuk mengurus APGRA (*Aid Program for God's Servant in Remote Area*) mulai dari administrasi APGRA , verifikasi, konfirmasi, memegang konseling, mengurus persiapan ibadah, mengurus penyelenggaraan hari besar Kristen, serta melakukan kunjungan ke Lembaga Pemasarakatan dan pendengar.

5. Supervisi. Yaski TV

Dalam divisi ini bertanggung jawab untuk, memproduksi sampai mempublikasikan konten untuk kebutuhan Yaski TV, yang mencakup tahap pengambilan video hingga penyuntingan.

6. *Event Promotion Intern*

Dalam hal ini posisi intern sebagai membantu dalam pekerjaan *Mission On Air & Online Content* dengan jobdesk mengelola *event* dari program Yaski ASIK (Program anak muda Kristen) mulai dari tahap persiapan hingga pelaksanaan, pengelolaan konten untuk media sosial, mencari ide kreatif untuk kegiatan anak muda Kristen, penyuntingan konten audio dan media pendukung.

pekerjaan tersebut dilakukan di bawah bimbingan Supervisi. *Mission On Air & Online Content* (Umum). Melalui kegiatan magang ini, diperoleh suatu kesempatan agar penulis dapat memahami terkait alur kerja dalam menjalani suatu program dalam kegiatan Yaski ASIK (Aku Suka Ikut Kristus) dari tahap memberikan ide hingga pada pelaksanaan kegiatan.