BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan Tentang Radio Dahlia

Saat ini Radio Dahlia merupakan Radio nomer 1 (satu) di Bandung. Dengan selalu mengudara selama 24 jam *non stop*. Radio ini bisa didengarkan oleh semua kalangan. Baik dari orang dewasa, remaja, hingga anak-anak. Radio Dahlia selalu menyajikan sajian yang menyegarkan bagi para pendengarnya. Pendekatan dapat dilakukan diberbagai daerah dengan melalui program *off air* dimana para penyiar melakukan siaran diluar namun masih meliputi daerah Jawa Barat.

Dahlia juga selalu memberikan hadiah-hadiah ditiap harinya, dengan tak lepas dari hasil kerjasama dengan pihak sponsor. Untuk lebih mendekatkan lagi dengan para pendengarnya, Radio Dahlia juga selalu mengadakan acara gerak jalan bersama di tiap bulannya. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kesetiaan pendengar.

Berbagai informasi seputar Bandung selalu ditampilkan oleh pihak Dahlia. Kegiatan SIM keliling merupakan suatu kegiatan rutin yang dilakukan oleh Radio Dahlia. Pihak Dahlia bekerjasama dengan pihak kepolisian. Mereka mendatangi salah satu *Mall* di Bandung seperti Giant (Pasteur), Bandung Super Mall (BSM), dan Miko Mall/Kopo. Selama seminggu pihak dahlia dan pihak kepolisian bekerjasama, dengan maksud, pihak Dahlia ikut membantu menginformasikan kepada para pengguna kendaraan untuk memperpanjang SIM mereka.

3.1.1 Sejarah Radio Dahlia

Radio Dahlia berdiri pada tahun 1968, pada saat itu Radio Dahlia pertama kali menjadi radio amatir antar penduduk. Mulanya Radio Dahlia didirikan hanya sekedar penyalur hobby saja.

Pada tanggal 18 Agustus 1970, PT. Radio Dahlia Flora resmi didirikan dan mendapat hak siar di gelombang *Short Wave* (SW). Radio Dahlia pada saat diresmikan mengudara di AM dengan frekuensi 1224 KHz pada gelombang 245. segmentasi pada saat itu yang diarahkan adalah menengah sampai menengah ke bawah, dengan target pendengar lebih banyak ibu-ibu rumah tangga, format musiknya adalah dangdut 60 %, pop Indonesia 25 % dan sisanya adalah pop sunda 15%. beberapa tahun kemudian pindah di gelombang *Midle Wave* (MW).

Pada pertengahan tahun 1994 tepatnya pada tanggal 6 November 1994, Radio Dahlia beralih frekuensi dari AM 1224 KHz menjadi FM 101,6 MHz. peralihan frekuensi ini dilakukan oleh Radio Dahlia dalam upaya untuk meningkatkan pelayanan Radio Dahlia kepada pendengar, *client*, serta masyarakat pendengar setia dahlia, khususnya di kota Bandung dan sekitarnya. Dalam segmentasi Radio Dahlia tetap komit yaitu mengambil segmen menengah sampai menengah kebawah.

Tanggal 3 Mei tahun 2004 Fekuensi Dahlia dari 101.6 FM mengalami perubahan, saluran Pindah frekuensi ke 101.5FM, perubahan frekuensi terjadi karena adanya SK Menteri Perhubungan No 15/2003 tentang rencana induk frekuensi radio siaran FM (*Frequency Modulation*).

Bertujuan agar meningkatkan kualitas penerimaan pancaran radio dan untuk mengatur pengkanalan frekuensi radio siaran FM yang sesuai ketentuan *international* dan *proporsional* untuk setiap wilayah. Selain itu tujuan lainnya adalah agar tidak ada lagi frekuensi radio yang tumpang tindih. Radio siaran juga tidak lagi harus menggunakan *power* yang besar, karena tidak ada lagi yang sama frekuensinya.

3.1.2 Profil Perusahaan

Profil perusahaan merupakan identitas perusahaan dimana didalamnya terdapat kejelasan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Profil Perusahaan

Pemilik	:	PT. Radio Dahlia Flora
Alamat	:	Jl. Burangrang 28 Bandung 40262
Telepon	:	(022) 7300530, 7303566
Fax	:	(022) 7314097
Homepage	:	www.radiodahliafm.com
Email	:	dahliafm@dahliafm.com
Contact Person	:	H. Cecep M. Ramdhan
Pemilik	:	PT. Radio Dahlia Flora
Pimpinan	:	Christianto Gunawan
Karyawan Tetap	:	35 orang Karyawan
Honorer	:	25 orang
Jangkauan	:	Bandung dan sekitarnya

Sumber: *Company Profile* PT. Radio Dahlia Flora Tahun 2010

3.1.3 Logo

Setiap perusahaan memiliki logo, fungsi dari logo itu sendiri adalah untuk memberi lambang atau ciri suatu perusahaan. Pada logo tersebut terlambangkan maksud dan tujuan dari suatu perusahaan.

Gambar 3.1
Logo PT. Radio Dahlia Flora



Sumber : *Company Profile* PT. Radio Dahlia Flora Tahun 2010

3.1.4 Arti Logo

Penulisan Radio Dahlia berwarna merah dan tulisan tampak tertulis besar pada logo diatas mengandung arti bahwa adanya keyakinan, kemantapan serta keberanian sebagai radio yang siap untuk bersaing. Dan tulisan miring pada kata dahlia melambangkan keindahan yang dibarengi dengan kreatifitas.

Tulisan FM 101.5 MHz, mengandung arti bahwa pendengar Radio Dahlia akan tetap setia mendengarkan di frekuensi 101.5 dan tidak akan berpindah ke frekuensi radio lainnya.

Kotak berbentuk Bujursangkar memiliki makna bahwa, Radio Dahlia sudah siap dari sisi keilmuan untuk mencapai target pendengar yang diinginkan, karena sudah terkonsep secara menyeluruh.

Kalimat goyang sik asik, merupakan selogan Radio Dahlia, yang menandakan bahwa Radio Dahlia adalah salah satu radio dangdut di Kota Bandung.

3.1.5 Visi dan Misi

Visi (*vision*) adalah latar belakang pemikiran yang menjadi filosofi sebuah perusahaan. Dari visi itulah muncul misi yang harus dijalankan atau diemban oleh suatu perusahaan.

Merencakan visi dan misi perusahaan, merupakan suatu target atau acuan yang dapat dijadikan sebagai dorongan demi tercapainya rencana perusahaan secara efisien dan efektif.

a. Visi Perusahaan

Radio "Terbaik/ Terkemuka/ Terdepan" di Kota Bandung, yang mampu berperan dalam peningkatan kualitas hidup masyarakat pendengar Kota Bandung dan sekitarnya.

b. Misi Perusahaan

1. Radio Dahlia mampu menyajikan produk siaran yang informatif, edukatif, dan menghibur.
2. Menjadi '*Trendsetter'* bagi pecinta musik dangdut di Kota Bandung dan sekitarnya.

3. Perusahaan yang mampu memberikan keuntungan bagi semua pihak, sesuai peran.
4. Perusahaan yang keberadaanya mempunyai nilai tambah bagi masyarakat dan lingkungan sekitarnya.

3.1.6 Target Pendengar

Radio Dahlia 101.6 FM Bandung secara keseluruhan konsep acara yang disiarkan selalu mengacu kepada nilai kebutuhan dan asas manfaat bagi masyarakat pada umumnya, karena hal tersebut poin terpenting untuk menjadi daya tarik tersendiri untuk program acara yang disajikan.

A. Status Ekonomi Sosial

Berdasarkan pengeluaran belanja Primer per bulan masyarakat kota Bandung:

S.E.SA+>(Rp.4.000.000)

S.E.SA+(Rp.1.790.000s/d3.999.999)

S.E.SB+(Rp.1.250.000s/d1.749.999)

S.E.SC+(Rp.600.000s/d1.249.999)

S.E.SD+(Rp.400.000s/d599.999)

S.E.S E+ <(Rp. 399.999)

B. Kelompok Usia Pendengar Radio Dahlia

Radio Dahlia memperoleh rating tertinggi untuk semua radio dari keseluruhan kelompok usia (10+ s/d 50+ tahun) akan tetapi bila melihat detail dari beberapa kelompok usia maka pendengar

utama Radio Dahlia adalah mereka yang berusia dari 20 s/d 29 tahun, dan pendengar tersebar kedua adalah mereka yang berusia 30 s/d 39 tahun.

C. Pendidikan

Tingkat kelulusan pendidikan pendengar Radio Dahlia 101.5 FM lebih didominasi oleh tingkat pendidikan SLTA dengan jumlah responden 159.000 pendengar atau sekitar 39% Terbesar kedua adalah ditingkat pendidikan lulus SD 119.000 atau sekitar 29% Pada hasil quartal ke 4 thn 2008, pendengar Radio Dahlia lebih besar didominasi oleh tingkat pendidikan SLTA dengan jumlah total populasi penduduk kota Bandung 1.833.000.

D. Pekerjaan

Perolehan jumlah pendengar dari segi pekerjaan, Radio Dahlia FM memperoleh jumlah terbesar dari kategori “lainnya” (pensiunan, dsb) sebanyak 120.000.

Terbesar kedua diperoleh dari kategori Ibu Rumah Tangga sebesar 101.000 atau sekitar 25%, karyawan/pegawai swasta sebesar 93.000 atau 23% pelajar / mahasiswa sebesar 50.000 atau 12%, pengusaha / pedagang sebesar 26.000 atau 6% serta eksekutif sebesar 21000 atau 5%.

E. Gender

Pendengar wanita terutama ibu-ibu rumah tangga dan pelajar serta mahasiswa adalah pendengar terbanyak dari total pendengar

kota Bandung, yang berjumlah 101.000 *Audience* untuk ibu rumah tangga, dan 50.000 *Audience* untuk Pelajar dan Mahasiswa. Potensi terbesar kedua adalah pendengar ber-*Gender* Pria. Potensi tersebut bisa menjadi target utama / sasaran bagi Mitra Bisnis dalam upaya menginformasikan produk-produknya secara gelaran *On Air* maupun *Of Air* / promosi langsung, bisa menjadi alternatif untuk melakukan *Product Contact* kepada konsumennya baik itu Kuis *Live On Air* ataupun Promosi langsung dilapangan secara Off Air.

Radio dangdut Dahlia masih merajai udara Kota Bandung. Hasil survei terbaru kategori *All People*, *All Segment*, dan *All Time* lembaga *AC Nielsen* & *Folling* menunjukkan, Radio Dahlia berada di posisi teratas.

Hasil *Survey* Riset Nielsen *Company Quartal* 1 tahun 2008 Radio Dahlia menempati posisi/ranking 1 (pertama) dalam perolehan jumlah pendengar, mengungguli 4 radio besar lainnya. Hal ini terbukti berdasarkan perolehan jumlah pendengar secara umum (*universal all people* 10+) *cumulative* 475.000 pendengar.

Hasil *survey* riset *The Nielsen Company Periode*/*Quartal* 2 tahun 2008 Radio Dahlia kembali menempati posisi / Ranking 1 (pertama) dengan jumlah perolehan *comulative* 391.000 pendengar, *Demografi Riset All People* 10+. Peringkat kedua jumlah pendengar cukup jauh teringgal dari Dahlia, yakni 304.000 pendengar.

Radio Dahlia tetap kokoh berada pada posisi /ranking 1 (pertama) perolehan jumlah pendengar masyarakat kota Bandung, segmentasi All People 10+ ini dibuktikan dengan jumlah perolehan yang diraih Radio Dahlia sebanyak 416.000 pendengar. Dari kesimpulan hasil riset yang dilakukan oleh *The Nielsen Company Quartal* 1, 2, dan 3 membuktikan bahwa, Radio Dahlia memang radio yang menjadi favorit masyarakat Kota Bandung populasi 1.833.000 jiwa. Radio Dahlia adalah solusi yang tepat bagi Mitra Bisnis dalam berpromosi.

Pada periode riset akhir tahun 2008, Radio Dahlia FM masih tetap menjadi *Top of Rank* dengan meraih angka kumulatif 410.000 *Audience*. Dari nilai raihan jumlah pendengar ini, terbukti bahwa Radio Dahlia FM adalah Media pilihan yang paling tepat bagi mitra bisnis dalam berkampanye produk unggulannya.

3.1.7 Sejarah *Programm Support*

Programm Support bertugas membantu *assistan programm direktor* dalam menangani semua kegiatan iklan, sponsor, pendataan bagi para pendengar yang mendapatkan hadiah dalam berbagai kuis yang dihadirkan oleh Radio Dahlia. Seperti di media lainnya, informasi radio harus lengkap. Bagian awal harus mengarahkan anda ke dalam intinya

Programm Support tidak memiliki struktur divisi secara khusus tetapi bagian ini masih bersatu kedalam struktur organisasi perusahaan.

Bagian dari *Programm Support* itu sendiri terdapat bagian *script writer* (Penyaji Berita). Tugas seorang *script writer* pada Radio Dahlia sedikit berbeda dengan penyaji pada umumnya. Pasalnya, Penyaji berita tidak sekedar melakukan siaran biasa yang sifatnya sangat formal, namun juga melakukan kegiatan jurnalistik yang terikat dengan kode etik jurnalistik. Keberadaannya seorang *script writer* pada Radio Dahlia sangatlah menentukan dalam bentuk siaran berupa penyiaran berita informasi, *adlibs* dan lain-lain.

Radio Dahlia saat ini merupakan radio nomor 1 di Bandung. Radio dengan ciri khas dangdut dan berbagai acara yang ada didalamnya membuat para pendenagar setia Bandung tertarik. Radio merupakan sarana hiburan dan tempat memperoleh informasi. Salah satu bentuk informasi Pada Radio Dahlia ini adalah berita dan iklan-iklan. Pembuatan berita dan iklan tidaklah mudah, semua membutuhkan proses dan kreatifitas. Dan demi mencapai itu semua sangat diperlukan sosok penyaji berita dalam sebuah radio siaran.

Selain menjadi seorang *script writer* tugasnya merangkap sebagai pengisi suara dalam sebuah iklan, kadang menjadi seorang penyiar,atau menjadi seorang *script writer* pada Radio Dahlia tidak hanya mempunyai satu tugas saja melainkan merangkap tugas-tugas lainnya.

Penulisan berita adalah materi siaran yang akan disampaikan penyiar dalam siaran dengan teknik “membaca naskah”. Penulisan naskah siaran harus diiringi kesadaran penulis bahwa naskah itu akan dibacakan

penyiar namun harus terdengar seolah-olah penyiar "tidak membaca", tetapi "berbicara", dan dikonsumsi oleh "telinga". Dengan kata lain, penulis naskah radio adalah "menulis untuk telinga", "layak dengar" (*hearable*), bukan untuk mata atau dibaca (*readable*), dan karenanya harus:

- Mudah dibaca oleh penyiar
- Mudah dimengerti oleh pendengar

3.1.8 Struktur Organisasi PT. Radio Dahlia Flora Bandung

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasi. Dimana struktur organisasi ini menjelaskan peranan atau tugas dan wewenang dari berbagai bagian atau divisi, dan juga menentukan bagaimana setiap bagian tersebut berhubungan dan memiliki tanggung jawab atas kerjaannya.

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi PT. Radio Dahlia Flora Bandung:

Gambar 3.2
Struktur Organisasi PT. Radio Dahlia Flora Bandung

3.1.9 Job Description

1. **Komisaris**

   Pemililik Radio Dahlia, yang bertugas mengawasi kebijakan direksi Dan bertanggung jawab atas pelaksanaan strategi Radio Dahlia.

2. **Direktur Utama**

   Memimpin dan mengkoordinasikan semua kegiatan Direktur, dan cabang devisi Radio Dahlia serta melakukan koordinasi, integrasi, sinkronisasi dan instansi terkait.

3. **Direktur**

   Mengawasi Kegiatan Direksi, Memberikan pendapat dan saran terhadap rencana direksi.

4. ***General Manager***

   Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan-kegiatan dibidang program, Off Air, dan Marketing

5. ***Assistant Manager***

   Assistant manager selalu berada setia mendampingi seorang manager, tugas lainnya ia mendata semua agenda kegiatan dibidang program, *Off Air*, dan Marketing

6. **Programm *Director***

   Mengatur alur berjalannya *On Air* di Radio Dahlia, dimana program-progam yang ditayangkan tidak hanya berupa *Music session* yang dipegang oleh Music Director akan tetapi membawahi *Programm Support, Trafic, Creative SPV, OB Van SPV & OPP*.

7. ***PD. Assistan***

   Bertanggung jawab dalam perjanjian dalam sebuah pemunculan kontrak kerja. Baik berupa kontrak kerja iklan dan *sponsor*.

8. ***Programm support***

   Membantu tugas *assistan programm direktor* dalam menangani semua kegiatan iklan, sponsor, pendataan bagi para pendengar yang mendapatkan hadiah dalam berbagai kuis yang dihadirkan oleh Radio Dahlia.

9. ***Music Director***

   Men*desain* efek-efek musik dalam berbagai acara yang ada pada Radio Dahlia. Sekaligus bertanggung jawab dalam hasil *desain*nya.

10. ***OB Van Supervisor***

    Bertanggung jawab dalam terlaksananya kegiatan *on air* atau peliputan kegiatan diluar.

11. ***Traffic***

    Mengontrol dan mengatur naiknya suatu iklan atau informasi ke ruang siaran.

12. ***Creative supervisor***

    Bertugas dalam penentuan tema atau kegiatan penyiaran apapun yang menuangkan kreatifitasnya dalam kegiatan penyiaran radio, mengedit suara-suara atau efek untuk memperindah tampilan dalam radio tersebut.

13. *Production Staff*

Para pegawai yang bertanggung jawab dalam menjalankan kegiatan produksi. Bekerja sama dengan *program director* .

14. *OB Van crew*

Para bagian yang ikut andil dalam kegiatan siaran diluar ruang siaran atau *reportase*.

15. *Announcer*

Para penyiar yang bertanggung jawab dalam segala bentuk penyampaian informasi dan hiburan kepada para pendengar.

16. *Opp*

Menampung hasil permintaan para pendengar melalui *telephone*, yang kemudian pesannya tersebut disampaikan oleh penyiar dan mengudara.

17. *Marketing Supervisor*

Yang bertanggung jawab dalam terciptanya strategi-strategi dalam penjualan suatu produk, sehingga banyak pihak yang mau bekerjasama dengan pihak Dahlia dan mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

18. *Publik Relation*

Mengurus fungsi-fungsi organisasi, menghadapi konsumen. Mereka akan menghubungi orang-orang, merencanakan dan melakukan penelitian dan menyiapkan material untuk distribusi.

Mereka juga mengurusi pekerjaan advertising atau sales promotion untuk mendukung kegiatan marketing.

19. *General Affairs*

Memiliki tanggung jawab sepenuhnya dalam kegiatan *technic support.*

20. *Oof Air Suppervisor*

Yang bertanggung jawab dalam terlaksannanya kegiata Siaran diluar studio. Baik *reportase* maupun kegiatan-kegiatan lainnya.

21. *Off Air Crew*

Para pegawai yang menjalankan jalannya sebuah acara diluar studio. Dan mempunyai tugas untuk membuat suatu acara dengan semenarik mungkin agar para pendengar terhibur.

22. *Teknik Support*

Orang-orang yang membantu berjalannya suatu kegiatan.

23. *Newscasters*

Orang yang mencari dan membuat berita

3.2 Tinjauan Tentang Berita Kilasan Informasi

Kilasan informasi merupakan program acara Radio Dahlia yang didalamnya terdapat paparan sekilas berita seputar Bandung, yang biasa disajikan setiap hari kecuali hari libur dan tanggal merah. Dengan durasi 1 - 1.5 menit per berita. Berita yang disajikan dalam Kilasan Informasi merupakan berita yang didapat berdasarkan berbagai sumber. Diantaranya, reporter turun langsung kelapangan dan *rewriting* (menulis ulang) yang didapat dari media atau berita yang sudah ada, yang dirangkum kembali sehingga sesuai dengan penggunaan bahasa berita pada sebuah radio. Dimana berita tersebut diolah dan layak siar.

Laporan langsung dapat dilakukan dari tempat kejadian ataupun di dalam studio. Melakukan laporan langsung atau mengudara via telepon dari tempat kejadian, biasanya reporter dihubungi atau menghubungi lebih dahulu penyiar yang sedang siaran (*on air*).

Penulis naskah melakukan penulisan ulang (*rewriting),* lebih dari sekedar pengetikan ulang (*retyping*). Naskah yang ada itu dijadikan naskah sumber atau bahan mentah saja. Naskah sumber itu umumnya ditulis bukan dengan gaya penulisan naskah siaran radio yang menggunakan bahasa lisan, namun berubah berupa naskah gaya berita media cetak (bahasa tulisan), misalnya soal penulisan angka, umur, dan waktu. Itulah sebabnya tidak boleh dibaca langsung dalam siaran namun diperlukan penulisan ulang.

Penyajian berita kilasan informasi sedikit berbeda dengan penyiar pada umumnya. Pasalnya, penyaji berita sangat informal, namun juga melakukan kegiatan jurnalistik yang terikat dengan kode etik jurnalistik.