BAB III

OBJEK PENELITIAN

3.1 Tinjauan Tentang Auto Radio 88.9 Fm Bandung

3.1.1 Sejarah Perusahaan Auto Radio 88.9 FM Bandung

Di indonesia, sejak tahun 1974, radio siaran non pemerintah berhimpun dalam suatu wadah yang dinamakan Persatuan Radio Swasta Niaga Indonesia (PRSSNI) yang tercatat dengan jumlah 330 stasiun radio. Tahun 1982-1983 meningkat menjadi 405 statsiun radio, kemudian di awal tahun 1990 jumlahnya bertambah menjadi 449 stasiun radio, diantaranya 403 statsiun mengudara pada gelombang FM, semuanya tersebar di 23 provinsi.

Bagi radio siaran pemerintah, PRSSNI tidak merupakan saingan, akan tetapi dianggapnya sebagai mitra dalam memanfaatkan media elektronik itu dalam melancarkan pembangunan nasional diseluruh nusantara.

Radio siaran swasta yang menghimpun diri pada PRSSNI, dalam operasinya menghasilkan informasi, mendidik dan menghibur masyarakat tampak berkembang kendati tidak sedikit hambatan yang harus dihadapi dalam perkembangan mempertahankan kelangsungan eksistensinya, radio siaran swasta niaga dituntut untuk lebih kreatif.

Badan radio siaran swasta ini dimiliki perorangan dan sifatnya komersial. Dengan lisensi pemerintah, biaya untuk kelangsungan hidupnya diperoleh dari periklanan dan pensponsoran (*sponsored programme*).

Pada awalnya Auto Radio muncul dengan nama status hukum Radio Hasil Era Reformasi, yaitu HER radio yang beralamat dijalan Cipaku Indah no.17 Ledeng, Bandung. Kemudian pada bulan Mei 2005, berubah kepemilikan dengan nama status hukum PT. Swara Auto Graha, yaitu Auto Radio 88,9 FM, yang beralamat di Jalan Cihampelas 264-268 Bandung 40131.

Dengan semakin maraknya statsiun radio swasta dikota Bandung, auto radio hadir ditengah-tengah persaingan radio swasta dengan format dan *positioning* yang berbeda. Di Bandung sendiri, stasiun radio dengan format *sport* (olahraga) sudah ada. Atas dasar pemikiran tersebut, Auto Radio menghadirkan program siaran dengan format program acara siar yang beragam, mulai dari format program interaktif/*talkshow* mengenai *Automotiv, Sport, lifestyle & entertainment,* dan lain-lain. Serta menyuguhkan format progam informasi seputar dunia *automotive & sport* (dalam dan luar negeri), informasi mengenai ilmu pengetahuan dan teknologi, film dan *music lifestyle*, dan lain sebagainya yang dikemas menarik dan selalu diperbaharui, yang tentunya disesuaikan dengan perkembangan *trend* tanah air khususnya Kota Bandung, yang selalu berubah dari waktu ke waktu.

Tag Line dari *Auto Radio 88.9 FM* adalah *"The Auto & Sportainment Channel"*.

Keunggulan lain dari Autoradio 88.9 FM ini adalah di fasilitasi dengan *outdoor broadcast van* yang berbeda dari yang lain dan memiliki

nilai prestige yang tinggi, yang dinamakan *Auto Speed Mobile Alphard Vellfire.*

Dan seiring dengan berkembangnya dunia informasi dan teknologi, pada tahun 2010 ini, Auto Radio 88.9 FM telah meluncurkan sebuah situs yang beralamat www.autoradiobandung.com. Dengan situs ini diyakini banyak pendengar setia Auto Radio 88.9 FM dapat mendengarkan siaran melalui dunia maya dengan mengaktifkan fasilitas kanal *Radio Streaming* yang tersedia.

Berawal dari pemikiran sekelompok kalangan muda yang sepakat untuk memandu ide dan kreatifitas di dunia radio siaran, maka sejak tanggal 8 Agustus 2005, Auto Radio Bandung 88,9 FM mulai mengudara dan menggema menjadi media *broadcast* yang semakin membuat semarak suasana peradioan di Kota Bandung. Dengan tipe pendengar "***Auto People***" (sebutan bagi pendengar Auto Radio), adalah :

a. Mereka yang diperhitungkan sebagai pendengar yang selalu ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dunia automotif dari waktu ke waktu
b. Mereka yang mendapatkan informasi mengenai apa yang bisa menjadi masukan dan bagaimana mempergunakannya
c. Mereka yang diperhitungkan sebagai calon konsumen yang serba mengetahui apa yang mereka butuhkan
d. Mereka yang terus mencari jawaban atas berbagai perkembangan dan kemajuan teknologi *otomotif* serta dunia olahraga dan sehari-hari

e. Mereka yang menentukan sendiri jati dirinya sebagai individu yang punya kelas dan bermartabat
f. Mereka yang menjadi bagian terbesar masyarakat otomotif yang perlu sarana berekspresi dan berinteraksi
g. Mereka yang tidak bersedia diposisikan hanya sebagai pemerhati otomotif, tetapi juga pelaku langsung, baik sebagai hobbi, elemen organisasi komunitas, individu lembaga formal, atlit, pebisnis otomotif dan lain sebagainya.

Bagi *Auto* sendiri, meski masih terbilang sebagai stasiun radio swasta baru di Kota Bandung, hal ini menjadi modal kekuatan moril dalam memenuhi tuntutan ke arah profesionalisme penyelenggara radio siaran. Sikap inovatif dan kreatif senantiasa harus dimiliki oleh setiap "insan radio" sebagai pelaku bisnis dimanapun, kapanpun dan dalam bentuk apapun tetap dituntut untuk memahami dan mengembangkannya sesuai dengan situasi dan kondisi yang memang selalu berubah dinamis.

Pemilik auto radio adalah PT. Sentra Auto Graha, yang dipimpin oleh Ruli Maulana M, S.Psi. sedangkan direksi Auto Radio dipegang oleh seorang *General Manager*, yaitu Dadan Kusnendar.

3.1.2 Visi Dan Misi Auto Radio 88.9 Fm Bandung

Visi Auto Radio

Sesuai dengan visi besaran induk perusahaan yang akan tetap mempertahankan nuansa usaha bisnis yang dekat dengn aktifitas ke automotifan, baik di tahun 2005 dan tahun-tahun mendatang, maka 88,9 FM

Auto Radio berusaha mewujudkan kondisi tersebut kedalam bentuk visi intern anak perusahaan. Dalam hal ini usaha bisnis radio swasta niaga yang kemudian akan dijadikan acuan dan koridor dalam pelaksanaan rencana kerja.

Selanjutnya, untuk itu visi tersebut adalah "berperan aktif sebagai media jasa informasi dan komunkasi yang mempunyai tanggung jawab untuk membangun, mendorong serta meningkatkan kesadaran para *Autopeople* beserta komunitas yang berada di sekitarnya, sebagai bagian penting dari masyarakat Bandung khususnya dan jawa barat umumnya, untuk lebih maju dan mandiri, yang pada akhirnya secara langsung maupun tidak, mempunyai potensi besar terhadap kemajuan usaha bisnis perusahaan".

Misi Auto Radio

Dengan visi tersebut diatas, maka misi 88,9 FM Auto Radio Bandung, yaitu berkeinginan kuat untuk memenangkan perhatian, pelyananan dan penghargaan dari para pendengar (dalam hal ini para *Autopeople*), dan *customer* atau klien atau mitra bisnis.

1. ***Networking*** (mampu menjalin kerjasama)

   Bersinergi dalam jaringan ketja perusahaan, mendukung strategi pemasaran dan strategi pembentukan citra baik perusahaan

2. ***Promising*** (mampu menjanjikan**)**

   Dalam jangka waktu yang diharapkan relatif tidak lama, dapat memperlihatkan kepada para pemilik saham perusahaan induknya, untuk mampu men-swadayakan kegiatan operasionalnya sendiri,

mengembalikan investasi yang telah ditanamkan dan memberikan keuntungan.

3. ***Responsible*** **(**mampu bertanggung jawab)

   Mengelola anak perusahaan sesuai kaidah bisnis dan aturan-aturan yang disepakati dan bertanggung jawab melaporkan pengelolaan keuangan secara berkala sesuai jadwal waktu dan standar yang berlaku umum

3.1.3 Logo Auto Radio 88.9 FM Bandung

Gambar 3.1

Logo Auto Radio 88.9 FM Bandung

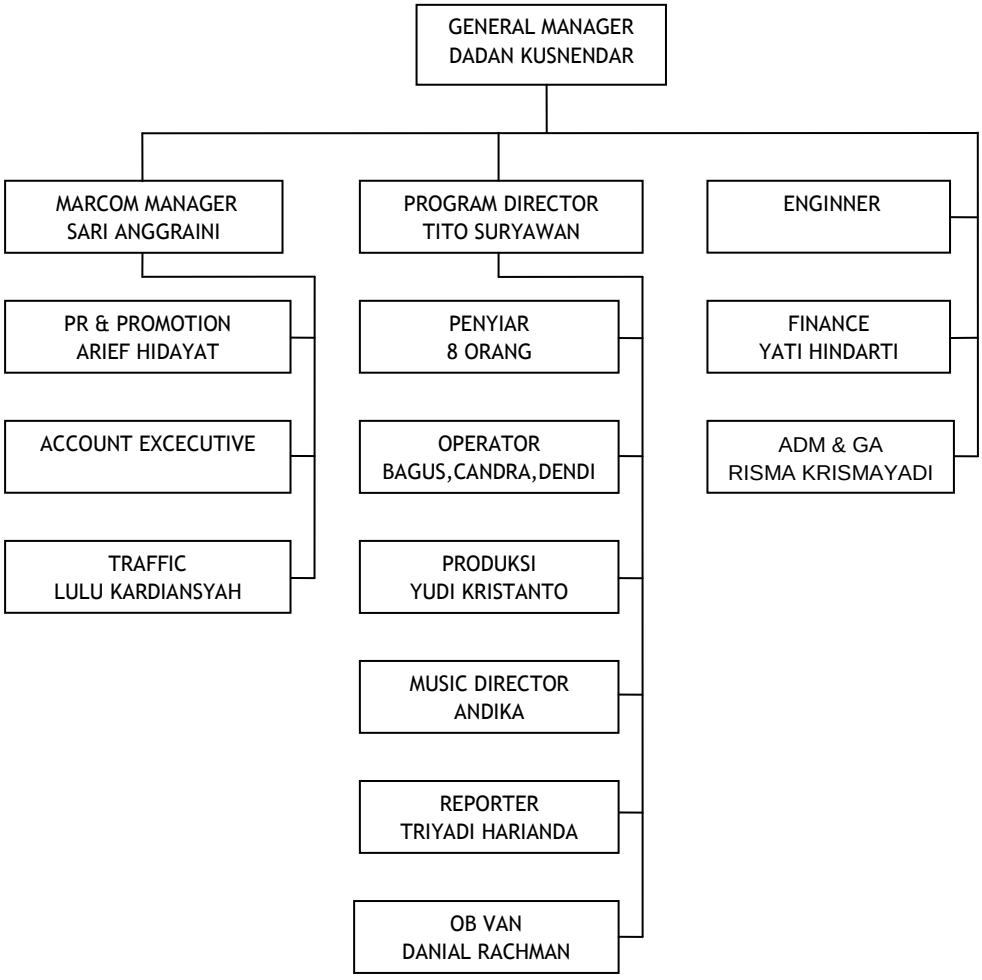


Sumber : arsip Auto Radio, 2010

Logo diatas menggambarkan ciri khas dari Auto Radio, warna merah dari logo diatas adalah menggambarkan mobil sport yang mewakili dari automotif. Dengan dilengkapi tulisan Auto Radio 88.9 FM Bandung yang berwarna putih.

3.1.4 Struktur Perusahaan Auto Radio 88.9 FM Bandung

Gambar 3.2
Struktur Organisasi



Sumber: Arsip Auto Radio 88.9 Fm Bandung

3.1.5 Job Description

1. *General Manager,* bertugas antara lain

    a. Menjalankan fungsi kontrol radio secara keseluruhan.

    b. Menjalankan kontrol khusus terhadap masalah keuangan.

c. Mengambil keputusa dan kebijakan yang menyangkut masalah keuangan.
d. Mengambil keputusan yang sifatnya berkaitan dengan kepentingan perusahaan.
e. Mengambil keputusan darurat yang dirasakan perlu

2. *Operational Manager,* bertugas antara lain :
   a. Memantau jalannya operasional siaran sehari-hari
   b. Bertanggung jawab terhadap kualitas penyiaran, baik berupa materi siaran, kualitas rekaman dan kualitas teknik iklan
   c. Menyusun jadwal penggunaan studio
   d. Menyusun jadwal siaran
   e. Menangani masalah-masalah personalia dari karyawankaryawan bawahannya
   f. Melakukan fungsi koordinasi dengan bawahannya
   g. Melakukan evaluasi siaran bulanan bagi para penyiar
   h. Memberikan laporan bulanan kepada general manager
   i. Mengamil keputusan-keputusan yang menjadi wewenang tugasnya.
3. *Marketing Manager,* bertugas antara lain
   a. Bertanggung jawab terhadap operasional marketing sehari-hari .
   b. Menjalankan hubungan dengan mitra bisnis atau *client*.
   c. Menilai da menindaklanjiti terhadap proposal yang masuk.
   d. Bertanggung jawab terhadap setiap proposal yang keluar.
   e. Bertanggung jawab proses pemasangan iklan.

f. Berwewenang menilai kualitas teknis terhadap iklan yang dimuat tim produksi.
g. Melakukan kegiatan-kegiatan promosi off-air dan bertanggung jawab terhadap bawahannya.
h. Melaksanakan tugas personalia terhadap karyawan-karyawan.
i. Melakukan fungsi koordinasi.
j. Memberikan laporan bulanan kepada General Manager.
k. Mengambil keputusan-keputusan yang menjadi wewenangnya.

4. *Traffic*, bertugas antara lain :
   a. Mengkoordinir iklan yang masuk agar seusai dengan jamnya.
   b. Menangani dengan sponsor.
   c. Membuat surat order.
   d. Mengontrol apakah iklan terputar baik di setiap jam siaran.
5. *Public Relations*, bertugas antara lain :
   a. Menyebarluaskan *image* radio
   b. Menyebarluas jaringan di luaran
   c. Bekerjasama dengan *marketing* dan AE dalam menjalankan tugasnya.
   d. Merancang materi promosi
   e. Merancang kegiatan promosi
   f. Penyambung informasi baik dari luar kedalam ataupun sebaliknya
   g. Bekerja sama dengan divisi lain dalam menjalankan tugasnya
6. Bagian Pemberitaan (*News Editor*), bertugas antara lain :

a. Bertanggung jawab menentukan isi berita yang akan di siarkan
b. Membuat *script* (naskah siaran) sesuai dengan programnya
c. Melakukan tugas-tugas jurnalistik.

7. Produksi, bertugas antara lain :
   a. Memproduksi sport iklan, *jingle*, stasiun ID, *adlips*, dan bahan-bahan siaran lainnya (*on air*)
   b. Memonitor seluruh hasil rekaman dan memperbaikinya bila ada kesalahan.
8. Teknik, bertugas antara lain :
   a. Bertanggung jawab terhadap perawatan alat-alat siaran
   b. Bertanggung jawab terhadap perbaikan alat-alat siaran
9. *Off- Air Crew*, bertugas antara lain :
   a. Mengcover permintaan *client*
   b. Menawarkan program *Off-Air* kepada sponsor.
   c. Bekerja sama dengan PR dan marketing apabila ada program *Off-Air* dengan *Job desknya* masing-masing.
10. Penyiar (*Announcer*), bertugas antara lain :
    a. Menyajkan materi siaran
    b. Berperan sebagai operator
    c. Menyiapkan materi siaran dari *News Editor* dan *Music Editor*
    d. Operasi jalannya siaran
    e. Memutar spot iklan dan membacakan *adlips*
    f. Menerima telepon yang masuk saat *On-Air*

g. Menjaga hubungan yang baik dengan pendengar dan mempunyai *personality* yang baik
h. Mengisi *log sheet* iklan yang telah diputar
i. Melakukan persiapan sebelum siaran dengan membuat *log book*
j. Membuka dan menutup acara *(opening-closing)* dan mengingatkan pendengar akan program yang akan disiarkan setelah programnya selesai *(continuiting announcer)*

3.1.6 Program Reguler dari *AUTO SPEED MOBILE*

Auto Radio 88.9 FM memiliki unit *Outdoor Broadcast Van* (OB Van) yang berbasis mobil CBU (*Completely Built Up*) bermerk Toyota Alphard tipe Vellfire. OB Van Auto Radio 88.9 FM bernama *Auto Speed Mobile* Kendaraan yang telah ditata sebagai mini studio berjalan ini dilengkapi peralatan studio *sound system* dan juga TV LCD 32 serta perangkat – perangkat penunjang lainya. *Auto Speed Mobile* 88.9 FM dapat menjadi *branding space* bagi sponsor dengan harga yang telah di tentukan oleh pihak Auto Radio 88.9 Fm, ini juga merupakan salah satu sarana yang di gunakan penulis dalam memperenalkan *Auto* Radio di kalangan masyarakat kota Bandung khusunya bagi para pecinta *automotive.*

Secara *general*, Regular Program dari *AUTO SPEED MOBILE* terbagi menjadi beberapa bagian, yakni :

- *Traffic Report (Morning & Afternoon)*

- *Goes To Campus*
- *Client Visit*
- *Café to café*
- *Auto Sport*
- *Auto Car Clinic*
- *Auto Club/Community*
- *Auto Hangout*
- *Auto Clubbers*

Mobilitas *AUTO SPEED MOBILE* akan menjangkau berbagai tempat yang merupakan *public space* dari mulai hari Senin s.d. Sabtu. Hal ini bertujuan agar program-program dapat berjalan dengan baik dan interaktif dengan *Autopeople*.

Gambar 3.3

Gambar *Auto Speed Mobile*



Sumber : Arsip Auto Radio 2010

Detail Program

1. *Traffic Report*

Traffic Report mengulas informasi aktual mengenai kondisi lalu lintas dan ruas-ruas jalan di kota Bandung, yaitu Informasi tersebut dapat di informasikan oleh *reporter* yang sedang bertugas dan juga dari masyarakat yang saat itu juga sedang berada di jalan melalui telepon. Adapun *Traffic Report* merupakan kemacetan, kecelakaan, pengalihan arus, penutupan jalan (sementara/permanen), kondisi tidak terduga (banjir, pohon tumbang, dll), *traffic light* mati ataupun mengenai lalu-lintas yang lancar. Untuk *Traffic Report* ini, bekerjasama dengan pihak Kepolisian Lalu Lintas dan Jasa Marga.

a. *Morning Traffic Report*

Hari : Senin s.d. Jumat

Waktu : 07.00 – 09.00 WIB

b. *Afternoon Traffic Report*

Hari : Senin s.d. Sabtu

Waktu : 16.00 – 17.00 WIB

2. *Goes To Campus*

Kunjungan ke kampus-kampus yang ada di Bandung. Pada program ini, akan dibahas segala sesuatu yang sedang menjadi *trend* dikalangan mahasiswa di Bandung. Sekaligus untuk memperkuat *brand image.*

Hari : Senin, Selasa

Waktu : 10.00 – 12.00 WIB

3. *Client Visit*

Mengunjungi *client-client Auto* Radio sebagai salah satu strategi pemasaran. Sekaligus menginformasikan hal-hal terbaru yang ada di *Auto* Radio, termasuk lokasi di Mal, dll.

Hari : Rabu

Waktu : 10.00 – 12.00 WIB

4. *Auto Sport*

Mendatangi pusat-pusat kegiatan olahraga di kota Bandung untuk mendapatkan informasi terkini seputar olahraga tersebut. Sekaligus memperkuat *image* sebagai stasiun radio dengan *content sport*.

Hari : Rabu

Waktu : 14.00 – 16.00 WIB

5. *Café to Café*

Melakukan kunjungan ke *café-café* ataupun tempat makan di kota Bandung disaat waktu makan siang. Hal ini bertujuan untuk menjalin kedekatan dengan *Autopeople* yang tengah menghabiskan waktu makan siangnya.

Hari : Kamis

Waktu : 12.00 – 14.00 WIB

6. *Auto Car Clinic*

Membahas segala sesuatu yang berhubungan dengan mobil. Turut mengundang *club-club* mobil yang ada di kota Bandung dan juga *vendor-vendor* variasi mobil.

Hari : Kamis

Waktu : 14.00 – 16.00 WIB

7. *Auto Club/Community*

Berkunjung ke tempat-tempat berkumpulnya komunitas *hobbies* yang ada di kota Bandung. Dan membahas tentang segala pernak-pernik kegiatannya.

Hari : Jumat

Waktu : 14.00 – 16.00 WIB

8. *Auto Hangout*

Program yang digelar setiap malam minggu dipusat-pusat keramaian di kota Bandung. Membahas segala sesuatu yang *up to date.* Diselingi dengan penampilan *live music/live Deejay.*

Hari : Sabtu

Waktu : 19.00 – 22.00 WIB