

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT MAGANG

2.1 Sejarah Instansi/Perusahaan

Prambors Radio adalah bagian dari PT Masima Radio Network, yang berada di bawah naungan PT Jaringan Delta Female Indonesia (JDFI) bersama tiga stasiun radio lainnya, yaitu Delta FM, Bahana FM, dan Female Radio. Selama 52 tahun mengudara, Prambors Radio tetap menjadi stasiun radio yang relevan bagi remaja, mulai dari siswa SMA hingga mahasiswa atau *fresh graduate*, dengan sapaan khas pendengarnya, "Kawula Muda." Prambors Radio berawal dari inisiatif sekelompok anak muda yang menjalankan radio rakitan mereka sendiri. Lima pendiri Prambors terdiri dari Bambang Wahyudi, Imran Amir, Musrid Rustam, Malik Sjafei, dan Tri Tunggal. Mereka kemudian menciptakan sebuah pemancar sederhana yang pertama kali digunakan untuk memutar lagu dari piringan hitam.

Pada tahun 1971, Prambors resmi berdiri sebagai badan hukum dengan nama PT Radio Prambors Broadcasting Service. Kemudian, pada tahun 1980-an, nama tersebut diubah menjadi PT Radio Prambors. Periode 1971 hingga 1978 menjadi masa kejayaan Prambors, di mana stasiun radio ini mendominasi industri tanpa menghadapi kompetisi berarti. Prambors juga menunjukkan produktivitas yang tinggi dengan menghasilkan berbagai karya, seperti kaset kompilasi, dan menyelenggarakan acara off-air, termasuk Lomba Cipta Lagu Remaja (LCLR), yang mendapat sambutan positif (Pramborsfm.com, 2023). Prambors memulai siaran on-air-nya melalui frekuensi 102.3 FM, yang kemudian berubah menjadi 102.2 FM pada 1 Agustus 2004. Perubahan frekuensi ini disebabkan oleh penataan ulang yang dilakukan oleh Departemen Perhubungan dan tetap berlaku hingga kini. Sejak saat itu, Prambors mencapai puncak kejayaannya, memperluas jangkauan siarannya ke berbagai kota di Indonesia, seperti Bandung, Semarang, Solo, Yogyakarta, Surabaya, Medan, dan Makassar. Setelah bertahun-tahun mengudara, Prambors memperkenalkan logo khas berbentuk wajah berambut keriting dengan gambar vinyet, yang dikenal sebagai "Si Kribo."

Prambors dapat dinikmati di beberapa kota di Indonesia, termasuk Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (Jabodetabek) melalui frekuensi 102.2 FM. Selain itu, siaran Prambors juga tersedia di tujuh kota lainnya dengan frekuensi

berbeda: Prambors Bandung di 98.4 FM, Prambors Semarang di 102 FM, Prambors Solo di 99.2 FM, Prambors Surabaya di 89.3 FM, Prambors Yogyakarta di 95.8 FM, Prambors Medan di 97.5 FM, dan Prambors Makassar di 105.1 FM (Chandra, 2024). Prambors, bersama tim Wadyabala (sebutan untuk kru Prambors), menghadirkan berbagai program yang dirancang sesuai dengan target audiensnya, yaitu para anak muda. Berikut ini adalah beberapa program unggulan yang rutin disiarkan oleh Prambors adalah First Flight with Captain Eda, Hit The Hits with Hanny, Get Along with Bella, Night Shift with Beryl.

Selama menjalani magang, praktikan berperan sebagai production assistant di program Get Along with Bella, membantu produser dalam berbagai aspek produksi. Get Along with Bella adalah program siaran sore di Prambors yang disiarkan setiap hari dari pukul 16.00 hingga 20.00 WIB, dipandu oleh Bella Arswendita. Program ini berhasil menarik perhatian pendengar dengan rata-rata 400 ribu pendengar setiap bulannya, menurut survei Nielsen (Chandra, 2023). Dalam proses siaran langsung, praktikan fokus pada penerimaan interaksi yang masuk melalui hotline Prambors, baik itu melalui WhatsApp, media sosial, maupun telepon langsung. Selain itu, praktikan juga bertanggung jawab untuk menyaring interaksi yang seru dan aman untuk disiarkan, mengingat Prambors memiliki batasan tertentu terkait konten yang boleh ditayangkan. Tugas ini memberikan pengalaman langsung dalam mengelola komunikasi dengan pendengar dan memastikan kelancaran jalannya program siaran.

2.1.1 Logo Perusahaan

Selama bertahun-tahun mengudara, Prambors memiliki logo ikonik yang identik dengan namanya. Logo tersebut menampilkan wajah seorang perempuan berambut keriting dengan gambar vinyet, yang dikenal sebagai "Si Jabrik." Logo ini baru muncul setelah era awal Prambors ketika masih berbentuk "geng."

Awalnya, logo Prambors hanya berupa stiker sederhana bertuliskan "Prambors" yang digunakan secara sementara. Namun, ketika Prambors resmi menjadi badan usaha, kebutuhan akan logo permanen yang konsisten pun muncul. Desain logo tersebut terinspirasi dari sampul album salah satu grup musik asal Belanda, The Ekseption, yang berhasil menarik perhatian. Meski serupa dengan gambar pada album tersebut, logo Prambors dimodifikasi untuk membedakannya.

Gambar perempuan dalam logo diubah menjadi menghadap ke bawah, dan modifikasi ini dilakukan oleh salah satu mantan penyiar Prambors, Wimi.



Gambar 2.1 Logo Prambors Radio

Sumber: *Pramborsfm.com*

Logo "Si Jabrik" mulai digunakan sekitar tahun 1969, ketika Prambors telah berbentuk yayasan. Gambar perempuan berambut keriting ini menjadi sangat populer hingga banyak orang menirunya dan menempelkannya di kaca mobil. Pada tahun 1980-an, ukuran "Si Jabrik" diperkecil dan ditempatkan di dalam huruf "O" pada tulisan "Prambors." Namun, logo ini akhirnya menghilang ketika Prambors memperkenalkan stiker kuning bertuliskan "102,3 FMania." Ketika logo Prambors diganti menjadi bentuk oval biru dengan bingkai hitam, "Si Jabrik" tidak lagi digunakan. Baru pada tahun 2001, logo "Si Jabrik" kembali muncul, membawa semangat gerakan retro yang tetap mempertahankan posisi Prambors sebagai salah satu yang terbaik selama lebih dari 40 tahun.

Logo Prambors memiliki makna mendalam, di mana "Si Jabrik" dengan rambut keriting melambangkan aktivitas Prambors yang berkelanjutan dan pertumbuhannya yang tak terbatas. Mata dalam logo menggambarkan ketajaman, fokus, optimisme, dan visi ke depan. Lingkaran hitam merepresentasikan komunitas anak muda urban Indonesia yang aktif dan memiliki wawasan global. Tulisan "Prambors" berwarna hitam menggambarkan penyajian musik, program, dan informasi kepada pendengar. Latar belakang berwarna kuning melambangkan semangat muda dan kreativitas Prambors (Gernadi, 2017).

2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Demi keberlangsungan perusahaan, visi dan misi menjadi pedoman penting yang membantu perusahaan untuk tetap fokus pada tujuan jangka panjang,

mengarahkan semua upaya dan strategi menuju pencapaian yang optimal, serta memastikan adaptasi terhadap perubahan zaman dan kebutuhan pasar. Berikut visi dan misi dari Prambors Radio:

Visi :

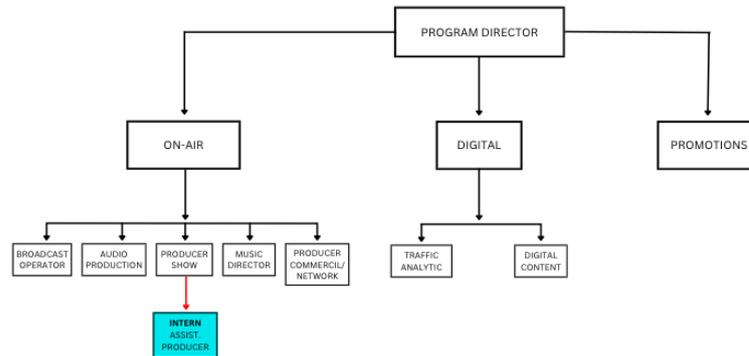
Menjadi radio yang dapat bertumbuh dan berkembang sehingga menjadi radio terbaik dalam memberikan manfaat, baik di bidang hiburan dan informasi bagi para pendengarnya (Kawula Muda). Prambors Radio juga senantiasa berupaya memberikan kesejahteraan untuk karyawan, bermanfaat bagi mitra kerja swasta serta pemerintah dalam mensosialisasikan program yang tayang, dan menjadi manfaat bagi bidang usaha dan para pemiliknya.

Misi :

1. Fokus meningkatkan profesionalisme dan kemampuan dalam penyajian berita dan hiburan, dari musik dan program-program siaran dan media *online*.
2. Memiliki tujuan untuk menghibur, informatif, dan mendorong pemikiran serta perilaku kreatif dan berkembang.
3. Berupaya mengikuti kemajuan teknologi secara luas dan mengembangkan interaksi positif dan efektif untuk para pendengar (Kawula Muda).
4. Fokus pada pemberian pelayanan dan solusi yang optimal bagi mitra usaha menggapai tujuan dan memperoleh keuntungan dan manfaat bersama

2.2 Struktur Organisasi

Prambors Radio, sebagai salah satu stasiun radio ternama di Indonesia, memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung kelancaran operasional dan penyampaian konten berkualitas kepada pendengarnya.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Prambors FM

Sumber: olahan pribadi

Struktur ini mencakup beberapa divisi utama yang berperan penting dalam memastikan setiap aspek siaran, baik *on-air* maupun *digital*, berjalan secara profesional dan terkoordinasi. Berikut merupakan struktur organisasi berdasarkan yang telah diperoleh dari olahan pribadi. Posisi teratas yang menaungi tiga divisi utama, yaitu *on air*, *digital*, dan *promotion* adalah Program Director. Tugas dan tanggung jawab seorang Program Director di Prambors Radio meliputi sejumlah tanggung jawab penting yang berkaitan dengan pengelolaan siaran, konten radio, dan semua yang berhubungan dengan tugas dan tanggung jawab ketiga divisi yang dinaungi.

1. Divisi On-Air

Divisi ini bertugas memastikan kualitas dan keberlanjutan siaran radio. Terdiri dari beberapa sub-divisi:

- a. Broadcast Operator: Bertugas mengoperasikan siaran melalui sistem yang bernama *Simian*. Tugasnya meliputi produksi *log siar*, *slot spot promo*, *playlist* yang akan diputar, serta teknis *on-air* lainnya.
- b. Audio Production: Memproduksi audio-audio yang dibutuhkan, seperti *spot*, *tactic promo*, *insert premium*, *jingle*, dan lain sebagainya.
- c. Music Director: Memilih dan mengatur daftar putar lagu untuk menciptakan pengalaman pendengar yang optimal.
- d. Producer Commercial/Network: Mengelola dan memproduksi iklan komersial maupun promosi *on-air*. Mereka bertanggung jawab atas pembuatan materi iklan dan memastikan iklan siap tayang sesuai dengan standar kualitas dan regulasi yang berlaku.

- e. **Producer Show:** Mengelola dan mengeksekusikan keseluruhan program siaran, memastikan alur acara sesuai dengan show dan jadwal yang ditugaskan. Peran *assistant producer* juga menjadi tanggung jawab *Assistant On-Air Content Manager*, Evelyn Abigail Glory Marpaung.

Pada ranah divisi praktikan, program *on-air* dipimpin oleh Assist. On-Air Content Manager, yakni Evelyn Abigail Marpaung. Kemudian dibantu oleh rekan-rekan dari Broadcast Operator oleh Muhammad Indrabayu dan Hendra, Audio & Radio Production oleh Ridho Kurnia dan Denny Virgoniawan, Producer Commercial/Network oleh Agnita Ayucendika, Music Director oleh Genesisus Kendra Bagaskara, Producer Show oleh Izdihaar Putridiandono dan Ni Made Andyani, dan Producer Show Intern oleh Haifa Salsabila Hutomo atau praktikan sendiri.

2. **Divisi Digital**

- Divisi ini bertugas mengelola kehadiran Prambors di platform digital baik itu sosial media maupun *website*. Terdiri dari dua sub-divisi:
 - a. **Traffic Analytic:** Menganalisis data pendengar untuk mendapatkan data kebutuhan perusahaan terkait siaran dan mengoptimalkan strategi pemasaran.
 - b. **Digital Content:** Membuat dan mengelola konten yang diunggah ke platform digital seperti media sosial dan *website*.

Dalam struktur organisasi ini, setiap divisi memiliki tanggung jawab spesifik yang saling mendukung dan berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama, yaitu menciptakan program yang berkualitas dan meningkatkan eksposur perusahaan. Setiap divisi bekerja dengan peran dan fungsinya masing-masing, namun tetap terhubung dalam satu kesatuan visi dan misi perusahaan. Sebagai bagian dari tim, praktikan memiliki kesempatan untuk magang sebagai asisten produser, yang berada di bawah naungan divisi *on-air*. Dalam divisi ini, praktikan bekerja dalam sub-divisi Producer Show, yang memiliki peran penting dalam memastikan kelancaran produksi siaran. Pengalaman ini memberi praktikan pemahaman yang lebih dalam tentang proses produksi siaran secara langsung.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Prambors Radio merupakan salah satu stasiun radio terkemuka yang fokus menyajikan hiburan dan informasi untuk generasi muda. Sebagai media siaran, Prambors secara konsisten menghadirkan program on-air yang mencakup musik-musik hits (Prambors Top 40), informasi terkini, dan segmen interaktif yang relevan dengan kawula muda (panggilan para pendengar Prambors). Program-program seperti First Flight, Hit The Hits, Get Along, dan Night Shift menjadi andalan dalam memberikan pengalaman mendengarkan radio yang menarik dan menghibur. Radio, seperti halnya Prambors, pastinya memiliki konsep dan program-program khusus yang membedakannya dari stasiun lainnya. Saat ini, Prambors Jakarta memiliki empat program unggulan yang tayang setiap harinya, masing-masing dirancang untuk memenuhi kebutuhan hiburan dan informasi pendengarnya di berbagai waktu, mulai dari siaran pagi hingga malam. Berikut di antaranya :

1. First Flight with Captain Eda
 - Program pagi yang disiarkan dari pukul 6 hingga 10 pagi dipandu oleh Narendra Pawaka, yang lebih dikenal dengan nama panggilan Captain Eda atau Capt Eda. Dalam program siarannya, Capt Eda mengusung konsep siaran DJ, di mana dirinya sebagai penyiar memiliki kebebasan untuk memilih lagu-lagu yang akan diputar. Konsep ini membuat siaran terasa lebih personal dan dekat dengan pendengar. Capt Eda juga dikenal sangat loyal terhadap pendengarnya, begitu pula dengan para pendengarnya yang setia mengikuti setiap program yang disajikan.



Gambar 2.3 Flyer Program First Flight with Captain Eda

Sumber: Dokumen Perusahaan

Skema siaran Capt Eda dibagi menjadi berbagai "kelas" yang menarik, seperti kelas Linkin Park, di mana pada satu jam tertentu hanya akan

diputar lagu-lagu dari band tersebut, atau kelas K-Pop untuk penggemar musik Korea. Selain itu, ada juga kelas yang unik seperti kelas Aquarius yang membahas hal-hal seputar zodiac Aquarius, dan masih banyak kelas-kelas lainnya. Pembagian tema kelas-kelas ini tidak hanya membuat siaran terasa lebih menarik dan beragam, tetapi juga memberikan nuansa segar dan menyenangkan bagi pendengar, terutama di pagi hari. Dengan gaya penyampaian yang fresh, program ini berhasil menciptakan suasana yang positif dan asyik untuk memulai hari.

2. Hit The Hits with Hanny

Program siaran yang berlangsung dari pukul 11.00 pagi hingga 15.00 dipandu oleh Hanny Dini, yang lebih dikenal dengan nama Hanny.



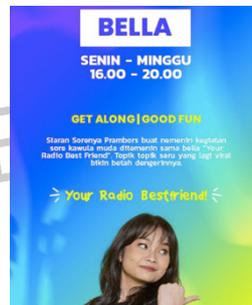
Gambar 2.4 Flyer Program Hit the Hits with Hanny

Sumber: Dokumen Perusahaan

Siaran ini pada *regular time* ini Hanny menyajikan berbagai informasi menarik seputar lifestyle dan musik. Selain membahas topik-topik terkini seputar gaya hidup, tren, serta dunia hiburan, program ini juga memutar lagu-lagu hits dari Prambors yang sedang populer, termasuk 40 lagu teratas di playlist Prambors (Prambors Top 40). Dengan perpaduan antara informasi yang relevan dan lagu-lagu favorit pendengar, Hanny berhasil menciptakan suasana yang menyenangkan dan menghibur, menjadikan program ini sebagai teman yang pas di tengah hari.

3. Get Along with Bella

Program sore yang tayang dari jam 16.00 hingga 20.00 ini adalah program *prime time*-nya Prambors. Disiarkan oleh Bella Arswendita, yang memiliki jargon "*Your Radio Bestfriend*."



Gambar 2.5 Flyer Get Along with Bella

Sumber: Dokumen Perusahaan

- Siaran ini sangat cocok untuk pendengar yang sedang dalam perjalanan pulang saat rush hour, setelah seharian beraktivitas. Bella membawakan berbagai informasi menarik seputar tren terbaru, dunia anak muda, musik, dan gaya hidup. Selain itu, siaran Bella juga sering dimeriahkan dengan mini *giveaway* yang interaktif, seperti permainan "*ABC 5 Dasar*", "*Wrong Answer Only*", dan lain-lain. Dengan gaya santai dan interaktif, Bella berhasil membuat program ini jadi teman yang asyik dan menghibur untuk pendengarnya di sore hari.

4. Night Shift with Beryl

Pada empat jam terakhir, yakni dari pukul 20.00 hingga 24.00, program siaran diisi oleh Beryl Rasandavi, yang lebih akrab dipanggil Bang Beryl. Siaran ini memiliki ciri khas yang sangat "anak muda banget" dan cocok untuk mereka yang mencari tempat nongkrong di malam hari.



Gambar 2.6 Flyer Night Shift with Beryl

Sumber: Dokumen Perusahaan

Pembawaan Bang Beryl yang santai dan khas anak tongkrongan membuat suasana siaran terasa akrab dan menyenangkan, seolah-olah sedang ngobrol dengan teman dekat. Selain itu, informasi yang dibawakan di sela-sela lagu juga sangat sesuai dengan gaya Prambors, yang fokus pada musik, *lifestyle*, dan berita viral di media sosial atau di lingkungan sekitar.

- Program ini benar-benar menjadi teman yang pas untuk mengisi waktu malam dengan topik-topik seru dan ringan.

Selain tim penyiar, Prambors memiliki tim produksi konten audio yang bertugas untuk menghasilkan berbagai elemen kreatif, seperti *jingle*, iklan, dan materi audio lainnya yang mendukung kebutuhan siaran dan promosi.

Tim ini berperan penting dalam menciptakan suasana yang menarik dan menyegarkan bagi pendengar. Selain itu, pengolahan *playlist* lagu memainkan peran kunci, dengan tanggung jawab memastikan bahwa lagu-lagu yang diputar selalu sesuai dengan selera dan tren pendengar. Semua proses ini didukung oleh operator yang bertugas untuk memastikan siaran berjalan lancar dari segi teknis, seperti pengaturan suara dan peralatan agar radio tetap optimal.



Gambar 2.7 Data Digital Prambors Radio

Sumber: Dokumen Perusahaan

Prambors Radio sangat aktif di berbagai platform *digital*, yang memungkinkan perusahaan menjangkau lebih banyak pendengar. Website resmi Prambors, pramborsfm.com, telah mencapai lebih dari 1 juta *pageview*. Selain itu, layanan *streaming radio online* Prambors juga diperdengarkan lebih dari 1 juta kali setiap bulannya, menandakan banyaknya orang yang mendengarkan melalui internet. Aplikasi Prambors Radio Apps juga sudah diunduh lebih dari 100 ribu kali, membuatnya semakin mudah diakses.

Di media sosial, Prambors juga sangat aktif dan memiliki pengikut yang aktif. Pada sosial Instagramnya (@prambors) sudah memiliki lebih dari 529 ribu pengikut. Twitter/X (@prambors) Prambors memiliki 2,2 juta pengikut, sementara di Facebook ada sekitar 201 ribu pengikut yang terus mengikuti setiap pembaruan. Channel YouTube Prambors, yang memiliki 192 ribu subscribers, digunakan untuk berbagi video seperti wawancara dengan artis dan keseruan lainnya. Tak ketinggalan, TikTok Prambors juga cukup populer dengan 195 ribu pengikut.

Prambors Radio juga aktif dalam menyelenggarakan berbagai kegiatan *off-air* untuk mendekatkan diri dengan pendengarnya. Kegiatan-kegiatan tersebut meliputi Prambors Stage, Mendadak konser (*giveaway tiket konser*) hingga acara komunitas yang dirancang khusus untuk kawula muda. Acara-acara ini tidak hanya memperkuat hubungan dengan pendengar, tetapi juga memberikan pengalaman langsung yang berkesan. Selain itu, Prambors bekerja sama dengan berbagai *brand* dalam program *partnership* maupun *sponsorship* dan kolaborasi untuk menciptakan konten kreatif yang mendukung kebutuhan promosi kedua belah pihak. Dengan strategi yang terintegrasi antara siaran *on-air*, kehadiran digital, dan kegiatan *off-air*, Prambors terus menjadi salah satu media yang relevan dan diminati oleh generasi muda Indonesia.