BAB II

GAMBARAN UMUM RADIO GERONIMO

2.1 Radio sebagai Media Penyiaran

Siaran memiliki kata dasar siar, yang menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memberitahukan kepada umum (melalui radio, surat kabar, dsb). Kata siar ditambah akhiran *an*, membentuk kata benda yang memiliki arti apa yang disiarkan. Siaran dapat berupa siaran *audio* (suara) yang terdapat pada radio, dapat pula dalam bentuk *audio visual* (suara dan gambar) yang terdapat pada televisi. Audio merupakan ciri khas radio. Untuk lebih mengetahui karakteristik radio lebih lanjut, penulis mengambil pemahaman mengenai kelebihan dan kelemahan radio berdasarkan tulisan Masduki (2004: 17) berikut:

Kelebihan	Kelemahan
Sarana tercepat penyebar informasi dan hiburan.	Hanya bunyi, tidak ada visualisasi yang tampak nyata.
Dapat diterima di daerah yang belum memiliki sambungan listrik. Produksi siarannya singkat dan berbiaya murah	Tergantung pada kondisi dan stabilitas udara di suatu lokasi. Tidak bisa mengirim pesan dan informasi secara mendetil.
Merakyat. Buta huruf tidak menjadi kendala. Harga pesawat murah, mudah di bawa kemana saja.	Terdengar selintas, sulit diingat, dan tidak bisa diulangi. Hanya bisa didengar, tidak bisa didokumentasikan.

Secara yuridis, media penyiaran tersebut diatur di dalam aturan perundangan. Pasal 1 Undang-undang No. 32/2002 mengenai Penyiaran memaparkan bahwa penyiaran adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi di darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel, dan/atau

media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran. Untuk memperjelas, penulis mengambil makna penyiaran dari tulisan Djamal dan Fachruddin, (2011: 45), yaitu penyiaran (*broadcasting*) adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar atau pemirsa di suatu tempat.

Menurut Djamal dan Fachruddin (2011: 57), media penyiaran radio maupun televisi memiliki beberapa jenis, yaitu:

a. Menurut format siaran, dapat diklasifikasikan menjadi:
   - Media penyiaran pendidikan, mempunyai program mengenai ilmu pengetahuan, teknologi, kebudayaan, kewilayahan, dsb.
   - Media penyiaran berita, mempunyai format siaran berita, seperti *headline news, breaking news,* wawancara eksklusif, investigasi, dan ulasan ekonomi atau politik.
   - Media penyiaran hiburan, menyiarkan segala bentuk *entertaint*, seperti musik, sulap, dan pagelaran pemberian *award*.
   - Media penyiaran umum, menyiarkan semua format.

b. Menurut sumber pendanaan, dapat diklasifikasikan menjadi:
   - Media penyiaran publik, mendapatkan seluruh atau sebagian pendanaan dari pemerintah.
   - Media penyiaran swasta, mendapatkan dana dengan mengandalkan potensi periklanan.

- Media penyiaran komunitas, mendapakan sumber dana swadaya atau dari kalangan komunitasnya.

c. Menurut wilayah cakupan layanan, dapat diklasifikasikan menjadi:
   - Media penyiaran lokal, yang mempunyai wilayah siaran hanya sebatas wilayah perkotaan, misal siaran radio FM.
   - Media penyiaran regional, yang mempunyai wilayah siaran sampai melintasi satu perkotaan, misal siaran radio MW.
   - Media penyiaran nasional, yang mempunyai wilayah siaran nasional, seperti RRI dengan siaran dari Stasiun Pusat Jakarta.
   - Media penyiaran internasional, yang mempunyai wilayah siaran internasional, seperti RRI Siaran Luar Negeri (VOI, Voice Of Indonesia), BBC, ABC.
d. Menurut fungsinya dalam jaringan, dapat diklasifiksaikan menjadi:
   - Media penyiaran induk, merupakan stasiun dari mana siaran berasal.
   - Media penyiaran "pancar ulang", merupakan stasiun penerus pancaran semua program dari stasiun induk.
e. Menurut kelas dalam jaringan nasional, dapat diklasifikasikan menjadi:
   - Media penyiaran kelas A, merupakan stasiun pusat berkedudukan di ibu kota Jakarta.
   - Media penyiaran kelas B, merupakan stasiun daerah yang berkedudukan di ibu kota Provinsi.
   - Media penyiaran kelas C, merupakan stasiun daerah yang berkedudukan di ibu kota wilayah kota (wali kota)

f. Menurut UU No. 32/2002 tentang penyiaran, media penyiaran dapat dikasifikasikan menjadi:

- Lembaga Penyiaran Publik (LPP), merupakan stasiun penyiaran yang mempunyai wilayah secara nasional dan mendapatkan dana operasional dari APBN untuk stasiun pusat di ibu kota Jakarta, juga APBD untuk stasiun daerah.
- Lembaga Penyiaran Swasta (LPS), merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan dana operasional melalui potensi iklan.
- Lembaga Penyiaran Komuinitas (LPK), merupakan stasiun penyiaran yang dana operasional dari donasi komunitasnya atau dari pihak-pihak yang bersimpati.
- Lembaga Penyiaran Berlangganan (LPB), merupakan stasiun penyiaran yang mendapatkan anggaran operasional dari potensi iklan, iuran pelanggan, serta jasa pembuatan produksi dan jasa akses internet.

Berdasarkan berbagai penjelasan mengenai media penyiaran di atas, Radio Geronimo, yang menjadi subyek kajian penulis, merupakan media penyiaran umum yang mencangkup semua format acara di dalamnya. Radio Geronimo termasuk di dalam kategori radio swasta atau menurut UU No. 32/2002 disebut Lembaga Penyiaran Swasata (LPS), karena mengandalkan kerja sama yang berpotensi iklan dan acara-acara bersifat *off-air*. Radio swasta ini juga bergabung dengan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI). Radio Geronimo pada dasarnya adalah radio lokal, namun cakupan wilayahnya dapat di dengar sampai luar kota, pulau, bahkan negara dengan bantuan teknologi

streaming melalui jaringan internet. Menurut fungsinya, Radio Geronimo merupakan radio penyiaran induk, oleh karena radio ini memproduksi semua program acara sendiri. Stasiun radio yang berlokasi di Jalan Gayam ini termasuk media penyiaran kelas B pada jaringan nasional, karena merupakan stasiun daerah yang berkedudukan di ibu kota wilayah propinsi

Setelah memaparkan beberapa kategori media penyiaran dan di mana posisi Radio Geronimo di dalamnya, maka sekarang penulis akan memaparkan sejarah dan profil Radio Geronimo.

2.2 Sejarah dan Profil Radio Geronimo

Seiring kemajuan jaman, sekitar tahun 1968 di Yogyakarta mulai bermunculan pemancar-pemancar model *broadcasting*. Di antara pemancar-pemancar yang bermunculan di Yogyakarta tersebut, sejumlah anak muda mendirikan radio di Jl. Dr. Sutomo No. 45, yaitu di sebuah rumah milik keluarga Bapak Abdul Mustajab (meninggal tahun 1981) (yang sekarang menjadi Bengkel Kaca Mobil Bambang). Di tempat tersebut terdapat sekelompok anak muda yang suka berkumpul sambil memutar musik piringan hitam lagu-lagu Barat dan mendengarkan *chart* radio luar negeri. Dari mereka lahir suatu gagasan untuk mendirikan pemancar radio *broadcasting*.

Setelah mengadakan persiapan dengan teliti dan cermat, maka radio mereka "mengudara" pada gelombang 56 meter, dengan sebutan "Gembel Rapi", yang artinya "Gemar Belajar Rajin Berpikir". Mereka memilih nama "Gembel Rapi"

karena kebanyakan dari mereka masih duduk di bangku SMA dan kuliah. "Gembel Rapi" inilah yang merupakan cikal bakal Radio Geronimo. Pada saat siaran, para penyiar memakai sebutan diri "Senator".

Pada waktu itu Radio Gembel Rapi dikelola oleh para anak muda dengan sebutan mereka masing-masing, antara lain:

1.	Sonny Kusuma Yuliarso (Senator Valentino), sekarang Presiden Komisaris Radio Geronimo.
2.	Gatot Kartiyoso (Senator Bonaparte), sekarang Komisaris Radio Geronimo
3.	Abdul Syukur (Senator Ferdinand)
4.	Siswanto S. (Senator Onasis)
5.	Antono Widodo (Senator Antonio)
6.	Sudibyo Placidus (Senator Bonaventura)
7.	Ambar Suryanto (Senator Ambasador)
8.	Suharto (Senator Romeo)
9.	Bambang Widjatmoko (Senator Bambino)
10.	Suprapto Purwijayanto (Senator Edison)
11.	Widodo S (Senator Gusti Budha)
12.	Alex Hartrisno (Senator Alexander)
13.	Sudjono S (Senator John O)
14.	Bambang Setiawan (Senator Otto von Bismark)
15.	Waspodo (Senator Washington)

16.	Dr. Puranto (Senator Al Capone)
17.	Pranowo (Senator Old Shatterhand)
18.	Santo Sewoyo (Senator Santo Bolivar)

Untuk dapat berkomunikasi dengan pendengar serta untuk memenuhi permintaan lagu, mereka menggunakan pesawat telepon bernomor 565 yang belum otomatis (untuk menelpon harus menghubungi operator dulu). Pesawat telepon tersebut milik Bapak Abdul Mustajab yang diparalelkan dengan sebuah pesawat telepon model kuno. Maka sejak itulah Radio Gembel Rapi makin dicintai anak muda dan setiap bulannya mendapat kiriman piringan hitam dari Jerman Barat. Wilayah pendengar pada waktu itu hanya dalam jangkauan yang sempit, yaitu di sekitar Lempuyangan dan Bioskop Mataram. Karena tidak puas dengan pemancar yang sudah ada, maka pada tahun 1970 mereka membeli pemancar *Comand Set* dari studio *Voice of Padmanaba*, yaitu radio milik SMAN 3 Padmanaba Yogyakarta, dengan memakai pemancar pada gelombang 106 meter.

Pada tahun 1970, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang pemancar radio *broadcast* di Indonesia, yaitu Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 1970, tentang Radio Siaran Non Pemerintah, pada tanggal 17 Desember 1970. Peraturan ini kemudian disusul dengan Surat Keputusan No. 25 Tahun 1971, yaitu ketentuan-ketentuan pemberian ijin radio siaran oleh Menteri Perhubungan. Setelah mengajukan ijin operasional dan disetujui maka mulai saat itulah Radio Gembel Rapi dinyatakan terdaftar dan mendapatkan ijin siaran dari pemerintah.

Pelaksanaan Peraturan Pemerintah tahun 1970 tersebut diikuti dengan keluarnya Surat Keputusan Menteri Penerangan No. 34/KEP/MENPEN/1971, tentang petunjuk umum mengenai kebijaksanaan penyelenggaraan acara serta isi siaran bagi Radio Siaran Non Pemerintah tertanggal 20 April 1971. Kemudian pada pada tanggal 31 Mei 1971, Sonny Kusuma Yuliarso Issoedibjo mengubah Radio Gembel Rapi menjadi PT Radio Geronimo dengan *callsign* (nama panggilan) PM5BMR. Keberadaan radio ini turut meramaikan kehidupan udara Kota Yogyakarta. Pada tahun 1971 tersebut, pesawat telepon di Yogya telah mengalami otomatisasi, pesawat telepon nomor 565 berubah menjadi nomor 2395.

Utnuk mengelola radio tersebut, Siswanto Sewoyo menjabat sebagai direktur PT Radio Geronimo dari awal berdiri sampai dengan tahun 1974. Drs. Suharto kemudian menjabat direktur dari tahun 1974 sampai 1977, yang kemudian digantikan oleh Ir. Suprapto Purwijayanto hingga Juni 2008. Jabatan direktur lalu dipegang oleh Rafika Duri terhitung sejak Juli 2008 hingga saat ini.

Dalam perkembangan Radio Geronimo yang tampaknya berjalan lancar sebagaimana tertulis di atas, sebenarnya tahun 1982 merupakan tahun yang sangat penting dalam kehidupan radio ini. Meskipun pada tahun ini radio mulai berkembang namun sebenarnya situasi dan lokasi studio Radio Geronimo kurang memenuhi syarat. Hal ini semakin dirasakan ketika muncul peraturan baru tentang kriteria fasilitas stasiun radio yang diatur secara tertentu. Dalam hal bangunan fisik, misalnya, harus tersedia antara lain:

a) Ruang kantor, ruang tamu

b) Ruang operator, ruang siaran dan ruang pemancar

c) Ruang diskotik, dapur dan kamar mandi

Selain beberapa kriteria bangunan fisik di atas, ada ketentuan yang tidak memperbolehkan keberadaan radio bercampur dengan keberadaan rumah tangga, sekolah, gereja, dan kantor lain agar tidak saling bebenturan kepentingan.

Karena ruangan yang ada di Jl. Dr. Sutomo No. 45 tidak mungkin lagi untuk diperluas, maka atas dasar kesesepakatan bersama radio kemudian dipindahkan lokasinya. Lokasi pemancar yang pada mulanya berada di Jl. Dr. Sutomo No. 45, kemudian dipindah ke Jl. Gayam No.38 pada tanggal 30 Mei 1982 (yang sekarang menjadi Jl. Gayam No.24). Kepindahan studio Radio Geronimo ke alamat tersebut dikaitkan dengan hari jadi yang ke-11, yaitu pada tanggal 31 Mei 1982.

Tahun 1988 merupakan tahun titik balik bagi Radio Geronimo dan bahkan mempengaruhi kehidupan radio di Yogyakarta. Dengan mengandalkan otak, akal pikiran, keberanian, permodalan dan perasaan, Radio Geronimo mulai berfokus pada perkembangan teknologi, yaitu pada pemancar dengan frekuensi sangat tinggi, dengan kualitas modulasi yang bersifat “meruang” atau lebih dikenal dengan istilah FM Stereo. Pada Bulan Puasa/Ramadhan 1408 Hijriah, atau tepatnya 18 April 1988, pemancar Geronimo FM Stereo hasil eksperimen para teknisinya mengudara di Kota Yogyakarta.

Berpegang surat rekomendasi dari pengurus daerah PRSSNI No. 54/S/III/1988, rekomendasi dari pengurus pusat PRSSNI No. 32C/PRSSNI/I/1988 tertanggal 30 Maret 1988, dan Ijin Badan Pembina Radio Siaran Non Pemerintah No. 000/K/VIII/RSNP/VII/1988 tertanggal 30 Juli 1988, pada tanggal tersebut radio ini telah memiliki ijin untuk siaran percobaan dengan menggunakan frekuensi 105,8 MHz, dengan nama panggilan PM5FIP.

Dengan rasa bangga dan keyakinan serta percaya diri, pada awal tahun 1989, tepatnya pada tanggal 1 Januari 1989, para pengelola meresmikan RADIO GERONIMO FM STEREO dengan *callsign* PM5FIP. Sebagai bagian dari Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia, Radio Geronimo memberanikan diri untuk memelopori sebagai radio yang pertama kali mengudara di Kota Yogyakarta dengan menggunakan jalur FM pada frekuensi 105,8 MHz. Terhitung sejak tanggal 3 Mei 2004, seluruh frekuensi radio di Indonesia mengalami perubahan, termasuk Radio Geronimo yaitu dari 105.8 FM menjadi 106.1 FM

Secara yuridis, berdasarkan Akte Notaris/PJ Pembuat Akta Tanah R.M Soerjanto Partaningrat, SH nomor 19 tertanggal 26 Desember 1990, PT. Radio Geronimo telah mengadakan perubahan sebagai berikut :

Kepala akta dihapuskan & diganti kepala akta baru, yang berbunyi sebagai berikut :

PT. RADIO GERHA ROWANG NISSREYASA MODANA disingkat "GERONIMO"

Sebagaimana telah disampaikan pada bab sebelumnya, kata-kata ini diambil dari bahasa Kawi, yang dalam Bahasa Indonesia memiliki arti "Sasana Persahabatan Yang Terbaik dan Menggembirakan". Mulai saat itulah Radio Geronimo mulai mengudara dan berkibar dengan nama baru dan menurut pengelolanya menjadi radio siaran swasta nasional bergengsi nomor satu di Yogyakarta.

PT. Radio Geronimo memiliki beberapa bidang usaha dan jenis-jenis kegiatan sebagai berikut. *Pertama*, PT. Radio Geronimo bergerak di bidang usaha jasa radio siaran swasta nasional. Dalam menjalankan fungsinya sebagai media massa elektronik, Geronimo FM menyampaikan informasi kepada masyarakat dan memenuhi permintaan produsen/klien untuk menginformasikan produknya. Apabila diperlukan, PT. Radio Geronimo juga membantu produsen/klien untuk menangani kegiatan yang bersifat *off-air* melalui *Geronimo Event Management*.

Kedua, dalam konteks internal Geronimo FM dikelola dengan tampilan Top 40 dengan selalu memperluas wawasan *broadcaster*-nya yang berfungsi sebagai kawan berproses masyarakat Yogyakarta usia muda, serta meningkatkan keterampilan masing-masing Sumber Daya Manusia (SDM) dan selalu inovatif dalam mengelola radio.

Ketiga, sedangkan untuk konteks eksternal, Geronimo FM aktif mengelola komunitas anak muda Yogyakarta, termasuk mereka yang berjiwa muda dalam semangat kebersamaan, mengelola jaringan bisnis yang berkait dengan radio

dalam konteks saling menguntungkan dan selalu menyuarakan keberadaan Geronimo FM baik dalam skala lokal, nasional, maupun internasional.

Keempat, selain radio, PT. Geronimo mengembangkan bisnis dengan membangun sebuah cafe di Jalan Sagan Yogyakarta yang diberi nama Geronimo Cafe. Untuk mempromosikan dan berinteraksi langsung dengan pendengarnya, Radio Geronimo *on-air* secara *live* dari Geronimo Cafe setiap akhir bulan. Beberapa program acara yang *live* dari Geronimo Cafe antara lain Kedai 24, Rocking School, Blues Sesion, dan Ajang Musikal.

Agar mudah dikenali radio ini menampilkan sebuah logo yang mirip dengan namanya, yaitu Geronimo. Logo Geronimo diambil dari replika kepala suku Indian suku Apache yang bijaksana, gagah, berani dan jujur.

Galeri Logo

Dengan memilih logo tersebut, Radio Geronimo berharap bisa meneladani sejarah kepala suku tersebut yang memiliki kekuatan dalam merintis kehidupan mulai dari bawah dengan segala kekurangannya hingga menjadi yang terkuat.

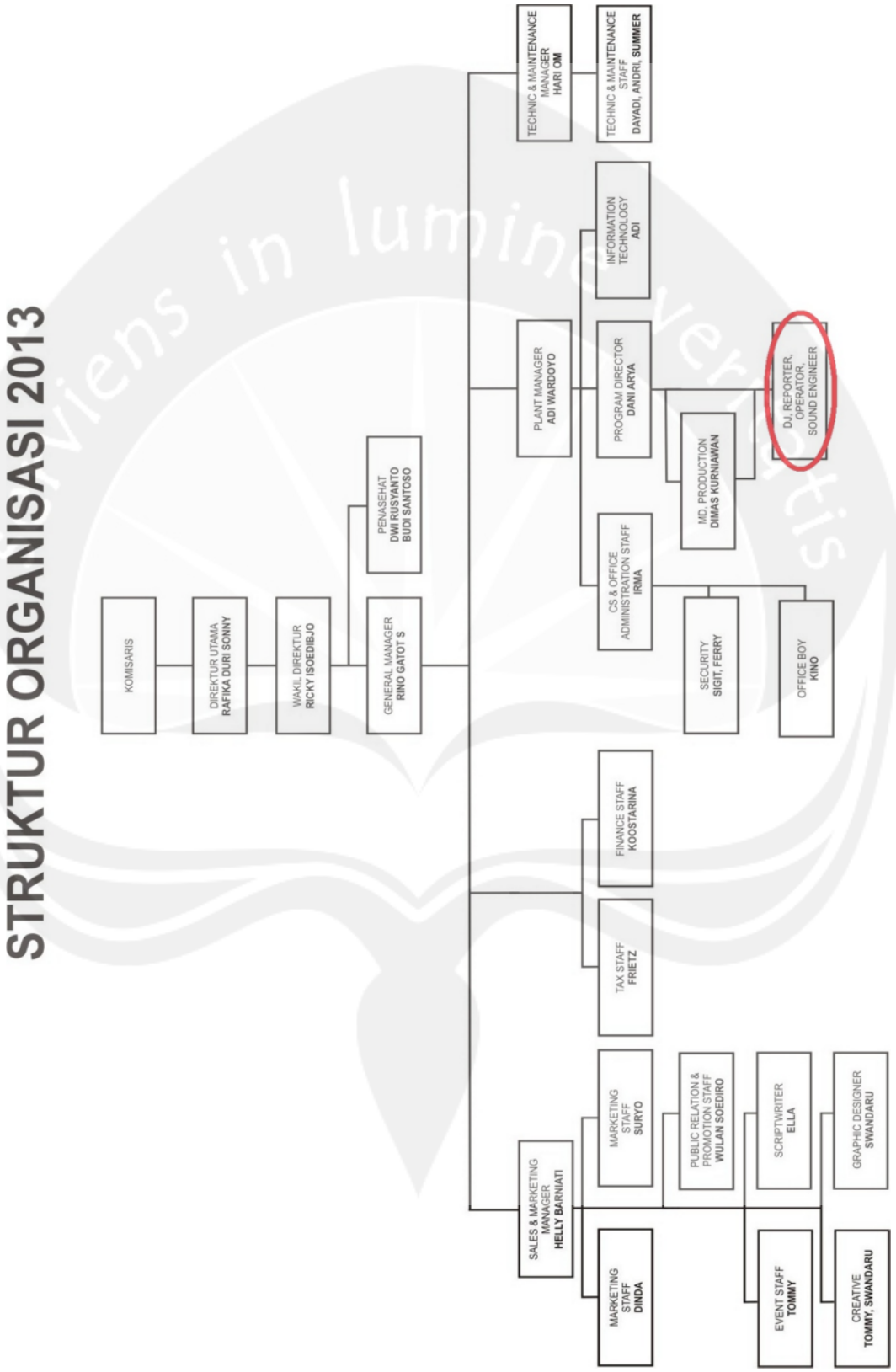
Selain logo, radio ini juga mengemas slogan tertentu dalam menyapa masyarakat Yogyakarta. Bunyi slogan ini adalah: " *Love Yogja and You* "

2.3 Visi dan Misi PT. Radio Geronimo

Radio Geronimo memiliki visi yaitu menggagas kehidupan anak muda yang dinamis, santun dalam bertindak, mempunyai cita-cita tinggi dan berpandangan luas ke depan tanpa kehilangan latar belakang.

Sedangkan misi Radio Geronimo yaitu ingin selalu menemani dan membantu mereka yang sedang mempersiapkan masa depan kehidupan selagi mereka masih muda, dengan selalu mengingatkan pada dasar pijakan budaya dan selalu sadar pada dinamika perubahan dalam wujud program media radio siaran.

2.4 Stuktur, Pembagian Kerja, dan Nama Penyiar Radio Geronimo



Pada struktur di atas, terdapat orang-orang yang menduduki posisi yang antara lain: *general manager*, *plant manager*, *sales marketing manager*, *finance staff, public relations* & *promotion staff, office administrtion staff*, dan *tax staff*. Pada bagian ini, penulis akan membahas masing-masing posisi tersebut.

a. *General Manager:*

General manager bertanggung jawab untuk merencanakan strategi implementasi atas kebijakan perusahaan secara menyeluruh agar dapat dijalankan secara optimal. Selain itu juga memonitor pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan serta memastikan kelancaran pelaksanaannya agar dapat berjalan secara maksimal dan tepat. Kemudian mengontrol dan mengevaluasi implementasi strategi agar memperoleh masukan strategis sebagai usulan untuk kebijakan tahun berikutnya. *General manager* juga bertugas untuk mengevaluasi dan menganalisa hasil implementasi strategi perusahaan dan mencari usulan atas pemecahan masalah yang timbul, serta mengarahkan fungsi setiap departemen dalam menjalankan strategi perusahaan.

b. *Plant Manager*:

Plant manager bertanggung jawab untuk merencanakan implementasi strategi dan operasional perusahaan secara tepat sesuai strategi bisnis perusahaan dan memonitor penyusunan rencana kerja harian sesuai rencana tahunan dan bulanan. Posisi tersebut juga bertugas memonitor dan menganalisa pencapaian produktivitas serta rencana operasional harian untuk pemenuhan pencapaian target yang telah ditetapkan, serta mengevaluasi produktivitas serta kapasitas perusahaan untuk penentuan penacapaian target serta pentuan target berikutnya. *Plant*

manager diharapkan dapat mengatasi dan mengarahkan pemecahan masalah strategis perusahaan untuk untuk meminimalisir kesalahan serta efisiensi. Sebagai *plan manager* juga menjalankan tugas-tugas terkait lainnya dalam upaya pencapaian target sales perusahaan sewaktu-waktu.

c. *Sales and Marketing Manager*

Sales marketing manager berhak untuk menentukan harga jual, program yang akan dilaunching, serta sistem promosi untuk memastikan tercapainya target penjualan. Setelah itu juga memonitor perolehan order serta merangkum *forecast* untuk memastikan kapasitas *space* iklan atau penggarapan *event* terisi secara optimal. Banyaknya iklan membuat seorang *sales marketing manager* monitor jumlah iklan atau *event* di seluruh *Dept. Sales & Marketing* untuk memastikan pemasukan mencapai target yang telah ditentukan.

Sales marketing manager bertugas menganalisa dan mengembangkan strategi marketing untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan area sesuai dengan target yang ditentukan. Bertugas juga untuk menganalisa dan memberikan arah pengembangan agar sesuai dengan kebutuhan pasar. Seorang *sales marketing manager* mampu melakukan evaluasi kepuasan pelanggan dari hasil survei seluruh sales *team* untuk memastikan tercapainya target kepuasan pelanggan yang ditentukan.

d. *Finance Staff*

Finance staff memiliki kemampuan untuk memeriksa, dan mengarsip faktur, nota *supplier*, laporan AP/AR (*Accounts Receifable/Accounts Payable*) utuk memastikan status hutang/piutang. Bertanggung jawab pula untuk membuat,

mencetak tagihan dan surat tagihan untuk memastikan tagihan terkirim kepada pelanggan dengan benar dan tepat waktu. *Finance staff* akan menerima, memeriksa tagihan dari vendor dan membuat rekapnya untuk memastikan pembayaran terkirim tepat waktu, kemudian memeriksa rangkuman kas kecil untuk memastikan data terinput dengan benar,

Finance staff memiliki tugas penting untuk mengarsip seluruh dokumen transaksi untuk menjaga keteraturan administrasi dan memudahkan penelusuran dokumen, selain itu juga melakukan verifikasi dan *cross check* dana yang disetor dan diterima dengan dokumen pendukung, untuk memastikan keakuratan dan kebenaran data. Posisi tersebut melakukan pembayaran kepada *supplier*, vendor, dan pihak ketiga dan melakukan penerimaan dari customer untuk memastikan semua transaksi berjalan dengan benar. *Finance staff* bertanggung jawab melaksanakan pendistribusian dana sesuai dengan administrasi pendukung lainnya untuk pembayaran pajak, dan logistik, serta melakukan pengurusan garansi dan referensi Bank untuk mendukung keperluan dana perusahaan.

e. *PR & Promotion Staff*

Public relations and promotion staff bertanggung jawab menyiapkan bahan dan materi promosi sesuai kebutuhan promosi suatu produk secara menyeluruh dan menganalisa spesifikasi setiap produk untuk dapat menemukan spesifikasi dan keunikan setiap produk yang akan digunakan sebagai materi promosi. *Public relations and promotion staff* bertugas mengkoordinasi, memonitor, dan menganalisa strategi marketing secara nasional setiap jangka waktu tertentu sesuai

kebijakan perusahaan, serta menyusun usulan strategi penjualan secara nasional melalui hasil analisa pasar dan persiapan promosi.

Public relations and promotion staff akan mengarahkan dan mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan yang diikuti sebagai sarana promosi perusahaan sewaktu-waktu, dan menjalankan tugas-tugas terkait lainnya dalam upaya pencapaian target promosi sewaktu-waktu. Posisi tersebut menyelenggarakan dan bertanggungjawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui tampilan visual kepada publik sewaktu-waktu. *Public relations and promotion staff* memiliki kemampuan untuk memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat unum (publik) dan memperbaiki citra atau *image* organisasi.

Seorang *Public relations and promotion staff* memiliki tanggung jawab sosial, dimana *Public Relations* merupakan instrumen bertanggungjawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggungjawab tersebut. *Public relations and promotion staff* mampu melakukan komunikasi persuasif yang timbal balik terhadap publik sewaktu-waktu, mengurus fungsi-fungsi organisasi, seperti menghadapi media, komunitas, dan konsumen, serta menafsirkan target publik untuk mendukung tujuan dan kebijakan dari perusahaan.

f. *Office Administration Staff*

Office administration staff bertugas untuk melaksanakan aktifitas penyiapan ruang kerja dan peralatan kantor untuk seluruh pegawai, untuk memastikan ketersediaan ruangan kerja dan peralatan kantor bagi setiap pekerja sesuai dengan jenis pekerjaan dan jabatan. Tugas lainnya adalah membuat rencana dan

mengevaluasi kerja harian dan bulanan untuk memastikan tercapainya kualitas target kerja yang dipersyaratkan dan sebagai bahan informasi kepada atasan. *Office administration staff* memiliki kemampuan untuk melaksanakan kegiatan surat-menyurat, dokumentasi, dan pengarsipan untuk memastikan dukungan administrasi bagi kelancaran kegiatan seluruh karyawan.

Kemampuan lain dari *office administration staff* adalah membuat perkiraan biaya tahunan yang berkaitan dengan kegiatan *office administration*, sebagai rekomendasi pembuatan anggaran departemen *General Affair*. Posisi tersebut menyediakan kebutuhan dan pengadaan alat tulis kantor, peralatan kantor, peralatan kebersihan dan keamanan kantor serta layanan fotokopi dan penjilidan, serta mengawasi pelaksanaan kebersihan dan kenyamanan ruang kantor serta keamanan kantor.

g. *Tax Staff*

Tax staff bertanggung jawab untuk melakukan verifikasi faktur pajak masukan dan keluaran untuk memastikan keakuratan data, membuat laporan bulanan PPN, membuat SPT, Tahunan PPH Ps 29 (badan), melakukan pengecekan laporan PPH pasal 21 dan pasal 23/26, membuat laporan penjualan dan pembelian secara bulanan berdasarkan laporan PPN dengan data yang diambil dari SAP yang diverifikasi dan dilengkapi terlebih dahulu, agar semua sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

Tax staff memiliki tugas untuk membuat SSP dan PA setiap bulan untuk melakukan pembayaran kekurangan via Bank, membuat rekapan laporan PPN dan

PPH 21, 23/26, dan semua laporan yang berhubungan dengan pajak, agar menjadi bahan informasi bagi perusahaan.

Pada prakteknya, sebagaimana diungkapkan oleh *Customers Service*, struktur Radio Geronimo tersebut dapat disederhanakan dengan pembagian divisi seperti ini: (1) Divisi Public Relation, (2) Divisi Produksi, dan (3) Divisi Operasional. Divisi Public Relation menempati posisi sentral untuk mengelola dan mempromosikan perusahaan. Divisi Produksi ditangani oleh para teknisi perangkat keras maupun perangkat lunak alat-alat perusahaan. Sedangkan Divisi Operasional melingkupi seluruh rangkaian kerja untuk menyelenggarakan program mata acara.

Di Radio Geronimo penulis melakukan penelitian pada bagian "DJ, Reporter, Operator, *Sound Engineer*". Pada posisi tersebut terdapat 13 orang penyiar Radio Geronimo. Sebagaimana terlihat pada struktur organisasi di muka, seorang Penyiar dibantu oleh seorang *Music Director* dan memiliki atasan langsung *Program Director*, serta memiliki atasan tidak langsung *Plant Manager*, dan *General Manager*.

Pada posisi "DJ, Reporter, Operator, *Sound Engineer*" ke-13 penyiar "mengudara" membawakan berbagai program acara. Setiap program acara memiliki produser masing-masing. Berikut daftar penyiar sekaligus sebagai produser acara:

No.	Nama Produser	Nama Acara	Deskripsi Acara	Jadwal
1.	Awan Narendra	Angkringan Gayam	Talkshow ringan bersama komunitas-komunitas anak muda yang unik dan inspiratif.	Senin 21.00-22.00
		Dasa Tembang	Memutarkan 10 peringkat lagu	Minggu

		Nusantara	Indonesia.	12.00-13.00
2.	Awang Adjiewasita	Geronimo The Weekly Top 40	Memutarkan 40 peringkat lagu Internasional.	Minggu 09.00-12.00
		Reggae Special	Memutarkan lagu-lagu bergenre reagge dan ska	Minggu 19.00-21.00
		Kos-kosan Gayam	Komedi 3 orang sahabat dalam satu kost, yang mengangkat cerita kehidupan sehari-hari sebagai mahasiswa.	Kamis 21.00-22.00
3.	Gaby Stephani	Recyle Jam	Memutarkan lagu-lagu yang sudah di daur ulang atau diaransement oleh band atau penyanyi lainnya.	Minggu 15.00-16.00
		Apreasi Musik	Memutarkan lagu-lagu bergenre global yang tidak banyak orang ketahui, untuk mengenalkan kepada Kancamuda.	Rabu 21.00-22.00
		Ajang Musikal	Memutarkan lagu dari band-band indie (belum mempunyai label komersial) yang telah dikirimkan ke Geronimo.	Minggu 21.00-22.00
4.	Ella Arlika	G-Screen	Mereview film-film terbaru dan memberikan info-info mengenai film	Minggu 14.00-15.00
		Sasisoma	Talkshow bersama seorang Ustad tentang ajaran-ajaran Islam	Jumat 16.00-17.00
5.	Adenia Putri	Blues Session	Memutarkan lagu-lagu bergenre blues.	Jumat 21.00-22.00
		Rocking School	Talkshow bersama siswa-siswi SMA yang mempunyai bakat tertentu dalam ekstrakulikuler atau menjuarai lomba mewakili sekolahnya.	Sabtu 16.00-17.00
6.	Pritalya Utomo	Klinik 24	Talkshow bersama seorang dokter untuk membahas suatu topik penyakit yang telah ditentukan dan secara interaktif menjawab pertanyaan dari Kancamuda.	Minggu 16.00-17.00
		Slow Rock Special	Memutarkan lagu-lagu bergenre slow rock alternative	Jumat 22.00-00.00
7.	Dini Yunita	Good Mornimg Youngsters	Program acara dengan 2 orang penyiar yang ramai membahas suatu topik tertentu untuk membangun suasana semangat pagi Kacamuda	Senin-jumat 05.00-07.00
		Radio Gelap	Program acara curahan hati	Selasa

			secara bebas tanpa menyebutkan nama penelpon dan mendapat tanggapan solusi dari penyiar maupun Kancamuda.	21.00-22.00
8.	Lian Aprilia	Terbaik-terbaik	Memutarkan lagu-lagu Indonesia lama mulai tahun 2005 kebawah dan cerita-cerita singkat masa lalu untuk membangun memorial Kancamuda.	Minggu 22.00-02.00
9.	Santi Zaidan	Kedai 24	Talkshow bersama 2 sampai 3 tamu yang akan mengadakan event-event dalam waktu dekat.	Kamis 22.00-00.00
10.	Dani Arya	Kongkow Bisnis	Talkshow bersama pebisnis muda yang sudah sukses dengan usahanya untuk membangun motivasi Kancamuda.	Selasa 22.00-23.00
11.	Eman Aditya	Ngalor-ngidul	Obrolan 2 penyiar tentang topik yang sedang hangat di masyarakat	Rabu 22.00-00.00
12.	Erno Keyfla	Hip Hop Fanatic	Memutarkan lagu-lagu bergenre R&B dan dance.	Sabtu 19.00-21.00
13.	Rhino	Flight 1061	Memutarkan lagu-lagu bergenre progressive and trance music, dan electronic dance music	Sabtu 21.00-22.00

2.5. Sejarah, Konsep, dan Tujuan Acara "Angkringan Gayam"

Di atas tadi telah terpapar struktur Radio Geronimo dan seluruh nama penyiar sebagai produser mata acara, salah satunya yaitu Kurniawan Setiabudi (Awan Narendra) sebagai produser "Angkringan Gayam". Berikutnya adalah sejarah "Angkringan Gayam", karena penulis melakukan penelitian pada mata acara tersebut.

Salah satu mata acara yang ada di Radio Geronimo adalah "Angkringan Gayam" yang merupakan formasi baru dari acara yang sudah terbilang lama, bernama OIYO (Oh Indahnya YOgya). Pada tahun 2009 pergantian penyiar dan

produser membuat OIYO kemudian berganti nama menjadi Angkringan Gayam. Sondy Garcia merupakan produser "Angkringan Gayam" dari awal berdiri sampai tahun 2011, kemudian digantikan oleh Awan Narendra sampai sekarang.

Nama "Angkringan Gayam" sendiri terpilih menjadi nama program yang didasari atas filosofi angkringan di dunia nyata. Sudah menjadi rahasia umum kalau Angkringan adalah salah satu ikon tidak resmi kota Yogyakarta. Angkringan dapat dijumpai di setiap sudut kota dengan suasana khas gerobak beratapkan tenda dengan bangku kayu dan tikar untuk lesehan, serta menu andalan nasi oseng tempe dan sambel teri, berbagai jenis sate dan gorengan, dan masih banyak lagi.

Siapapun dapat menikmati angkringan sebagai tempat makan sekaligus berkumpul. Tidak ada pembatasan konsumen baik dari segi usia, pekerjaan, penghasilan, kekayaan, atau status sosial. Angkringan menjadi tempat dimana semua orang bisa bercengkrama, tanpa ada batas batasan seperti tersebut diatas. Maka slogan dari "Angkringan Gayam" adalah 'Ajang Diskusi dan Obrolan Ringan'.

Kesederhanaan angkringan tidak membuat orang menjadi enggan untuk datang, bahkan kesederhanaan itulah yang kemudian menjadi keunikan yang tidak bisa didapatkan di tempat lain. Faktor tersebut akhirnya membuat angkringan menjadi tempat bercengkrama yang asik, tempat mendiskusikan banyak hal, dari bisnis, kampus, organisasi, pacar, sampai urusan pribadi.

Tak dipungkiri, banyak komunitas dan kegiatan positif lahir dari obrolan sederhana di angkringan. Oleh sebab itulah, nama "Angkringan Gayam" terpilih menjadi nama program acara *talk show* ini.

"Angkringan Gayam" mempunyai konsep acara *talk show* santai. Seperti dijelaskan sebelumnya, acara ini berusaha memunculkan suasana angkringan ke dalam bentuk audio. Kancamuda diajak untuk berimajinasi bahwa mereka sedang mendengar obrolan santai di sebuah angkringan, dengan menggunakan *backsound* gamelan beserta suara menuangkan air di gelas lalu diaduk. Akan tetapi obrolan dalam "Angkringan Gayam" tidak sekedar "gojek kere", obrolan yang disampaikan harapannya bisa memberikan inspirasi dan mengedukasi pendengarnya.

Tujuan "Angkringan Gayam" ini ada beberapa, yaitu: *Pertama,* memperkenalkan kepada pendengar Geronimo (Kancamuda) tentang hal hal unik yang ada di Yogyakarta,

Kedua, memperkenalkan kepada Kancamuda, tentang komunitas yang ada di Yogyakarta, baik itu komunitas hobi, lingkungan, pendidikan, sosial, maupun agama.

Ketiga, harapannya, setelah Kancamuda mendengar "Angkringan Gayam", Kancamuda jadi terinspirasi untuk ikut bergerak membangun bangsa lewat komunitas, maupun lewat gerakan individu lain.

Keempat, ingin memberikan informasi kepada Kancamuda, bahwa ternyata banyak anak-anak muda di kota Yogyakarta yang memiliki kreativitas tinggi, serta kepedulian kepada hal-hal yang mungkin selama ini kita anggap remeh.

Setelah paparan di atas, "Angkringan Gayam" menjadi bagian dari Radio Geronimo sebagai institusi sosial, tentunya memerlukan hubungan dengan publik. Masduki (2004: 11) menyebutkan bahwa media radio ini berperan dalam aspek sosial, yaitu:

Sosialisasi	1. Menyebarluaskan informasi dan hiburan yang membuat optimisme serta menjalin interaksi dialogis antarpendengar. 2. Menjalin komunikasi untuk saling berkarya, mengubah berbagai persepsi dan kecurigaan yang tidak perlu.
Aktualisasi	1. Menyegarkan memori pendengar terhadap peristiwa aktual dan momentum yang penting bagi kehidupan mereka. 2. Mengagendakan masalah-masalah sosial agar menjadi isu dan keprihatinan bersama ketimbang masalah personal.
Advokasi	1. Mendesak makin terbukanya kebijakan politik-ekonomi bagi partisipasi seluruh lapisan pendengar. 2. Memediasi antarberbagai pihak yang sedang berkonflik sehingga muncul solusi damai dan saling menguntungkan.

Peran sosial radio ini sudah terdapat dalam "Angkringan Gayam", penulis akan membahasnya satu-persatu. *Pertama*, peran sosialisasi yang dilakukan "Angkringan Gayam" dengan konsep acara *talk show* tersebut membuka peluang untuk berinteraksi dengan pendengar atau pendengar dapat merespon dari komentar pendengar lainnya. Kemudian isi dari *talk show* ini harapnya dapat menginspirasi pendengarnya untuk dapat melakukan aksi.

Kedua, peran aktualisasi sudah berhasil jika dilihat dari komunitas Welfarian saat *talk show* mengangkat isu yang sedang hangat di masyarakat, begitu juga pada komunitas Sekolah Pasar Rakyat yang membangun isu dari masalah kesenjangan antara pasar tradisional dan pasar modern.

Ketiga, peran advokasi bisa dikatakan kelanjutan dari aktualisasi. Maksudnya, dengan mengundang kedua contoh komunitas itu, secara tidak langsung menciptakan provokasi untuk ikut dalam gerakan yang mereka sampaikan. Namun poin kedua pada peran advokasi kurang nampak pada "Angkringan Gayam".

Berkaitan dengan posisi Radio Geronimo sebagai institusi media penyiaran swasta niaga, mengambil teori media McQuail yang diacu oleh Heru P.W. (2005: 66), media dapat dikaji melalui lima perspektif. Radio Geronimo dan Program Acara "Angkringan Gayam" dapat dianalisis berdasarkan beberapa perspektif itu.

Pertama, perspektif ekonomi politik media, yang menyatakan bahwa media menjual suatu komoditas dan informasi yang disebarluaskan kepada dan diawasi oleh pasar. Radio Geronimo dan khususnya program acara "Angkringan Gayam" yang berupaya memiliki banyak pendengar tetap sebenarnya juga tidak lepas dari kepentingan ekonomi pasar. Pemilihan ide dan komunitas seperti Komunitas Welfarian dan Komunitas Sekolah Pasar Rakyat sebagai tamu "Angkringan Gayam", demikian pula tamu-tamu lain, sebenarnya tak terpisahkan dari kepentingan tersebut. Program acara yang dikemas sedemikian rupa agar dapat "merangkul" pendengar yang banyak diharapkan secara otomatis akan

mempengaruhi naiknya rating karena banyaknya pendengar. Hal ini akan menjadi daya tarik menguatnya potensi masuknya iklan di Radio Geronimo dan pada gilirannya pendapatan finansial radio diharapkan meningkat pula. Semakin tinggi rating radio maka semakin banyak pula pihak-pihak berkepentingan untuk menyiarkan iklan melalui radio ini.

Kedua, pendekatan sosio-kultural, yaitu membongkar makna kultural dari produk-produk media. Di Yogyakarta, angkringan menjadi salah satu ciri khas. Angkringan adalah sebuah warung tenda, selain makan bisa juga menjadi tempat untuk bersosialisasi dengan kerabat, sesama pembeli, dan penjual angkringan. Berdasar filosofi tersebut, menjadi inspirasi untuk menggunakan nama, konsep, dan suasana sebuah angkringan pada program acara di Radio Geronimo. Pada "Angkringan Gayam", *trend setter* menjadi salah satu *goal* yang diharapkan. Terbukti pada komunitas Fixie, Ini Jendela, *Coin a Change*, dan beberapa komunitas *charity* menjadi tren atau budaya alternatif pada saat itu.

Ketiga, perspektif *Frankfurt School*, yang melihat media sebagai sebuah alat untuk mengkonstruksi budaya, yang mengarah pada dominasi ideologi oleh elite. Senada perspektif sebelumnya untuk menciptakan budaya alternatif, ideologi elite pada "Angkringan Gayam" tidak nampak karena interaksi di antara pada pelakunya lebih bersifat egalitarian dan setara, cair, terbuka dan tidak terikat pada satu komunitas atau lembaga saja. Tamu yang diundang dalam acara ini dari aneka ragam komunitas yang memiliki kekhasan masing-masing. Banyak dari kalangan ini berbasiskan pada hobby dan komitmen sosial yang terbuka pada banyak pihak, tidak tertutup sebagaimana karakteristik ideologi dominan.

Keempat, perspektif teori hegemoni, yang memandang media mengambil peran dalam dominasi ideologi yang mengabadikan kepentingan-kepentingan kelas tertentu terhadap lainnya. “Angkringan Gayam” mengundang Welfarian yang merupakan kumpulan pecinta hewan, di mana saat itu sedang ramai isu topeng monyet. Welfariian melalui acara ini mengajak pendengar untuk ikut dalam gerakan menolak topeng monyet yang digagas pula oleh Jokowi-Ahok. Dalam memilih tamu pada acara ini, manajemen radio tidak mempertimbangkan adanya ideologi dominan dan kepentingan kelas tertentu, melainkan disesuaikan dengan alternatif dan akses yang dimiliki, dan diperkirakan menarik minat pendengar yang sesungguhnya beragam pula.

Demikianlah maka radio dan media penyiaran memiliki beberapa sisi yang dapat dianalisis dengan perspektif berbeda. Pandangan di atas hendak menunjukkan bahwa sebagai media penyiaran, radio memiliki aneka sisi yang terkait satu dengan yang lain, oleh karena radio memang memiliki elemen-elemen sistemik. Radio memiliki unsur modal, teknologi, sumber daya manusia yang mengoperasikan, relasi eksternal untuk menopang keberhasilan program acara, pendengar, konteks masyarakat dan aneka isu yang berkembang di masyarakat yang seringkali dimediasi oleh aneka media lain.

Setelah memaparkan Radio Geronimo sebagai media penyiaran dan program acara “Angkringan Gayam” sebagai bagiannya, berikutnya untuk lebih memperdalam akan penulis bahas pada bab III.