

LAPORAN
HASIL PRAKTEK KERJA NYATA

PELAKSANAAN ADMINISTRASI KEUANGAN
PADA PEMASANGAN IKLAN PT. RADIO SUARA AKBAR
JEMBER



Diajukan guna memenuhi salah satu persyaratan
Akademik pada Program Diploma III Ekonomi
Universitas Jember

Asal:	Hadiah	Kelas
Terima Tel:	Pembelian	658.15
Oleh : No. Induk	08 JUL 2002	MATI
KLASIR/PE.YA.1	1144	P. C.

Majidah

NIM : 990803102333/AK

PROGRAM DIPLOMA III EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS JEMBER
2002

JUDUL
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

PELAKSANAAN ADMINISTRASI KEUANGAN
PADA PEMASANGAN IKLAN PT. RADIO SUARA AKBAR
JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : MAJIDAH
N. I. M. : 990803102333
Program Studi : ADMINISTRASI KEUANGAN
Jurusan : Manajemen

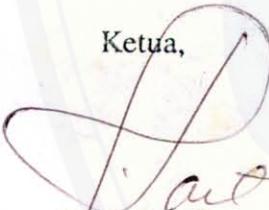
telah dipertahankan didepan Panitia Penguji pada tanggal :

3 JUNI 2002

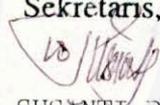
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan
guna memperoleh gelar Ahli Madya (A. Md) Program Diploma III pada
Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

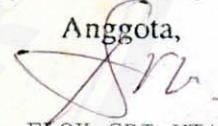
Ketua,


Dra. H. SUHARTINI SUDJAK
NIP. 130 368 797

Sekretaris,

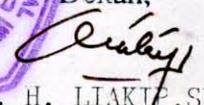

Dra. SUSANTI P, MSi
NIP. 132 006 243

Anggota,


Dra. ELOK SRI UTAMI, MSi
NIP. 131 877 449



Mengetahui / Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,


Drs. H. LIAKIF, SU
NIP. 130 531 976



LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA

Nama : MAJIDAH
Nim : 99.0803102.333
Program Pendidikan : D III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
Program Studi : ADMINISTRASI KEUANGAN
Judul : PELAKSANAAN ADMINISTRASI KEUANGAN PADA
PEMASANGAN IKLAN PT. RADIO SUARA AKBAR-
JEMBER

Disahkan di Jember,
Pada tanggal : 13 Mei 2002
Disetujui dan Diterima Baik Oleh :

Dosen Pembimbing,



Dra. Elok Sri Utami, M. Si

NIP. 131. 877. 449

Motto

- ↳ Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan sembahyang, menunaikan zakat dan mereka taat kepada Allah SWT dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah SWT; sesungguhnya Allah Maha Perkasa Lagi Maha Bijaksana.

(QS : AT- TAUBAH, 71)

- ↳ Dan Kami berikan kepadanya kebaikan di dunia., dan sesungguhnya dia di akhirat benar-benar termasuk orang-orang yang saleh.

(QS : AN- NAHL, 122)

- ↳ Akal budi dan pengabdian adalah laksana raga dan jiwa. Tanpa raga dan jiwa menjadi kosong belaka, kecuali hanya berupa angin hampa. Tanpa jiwa hanya kerangka tulang tanpa perasaan.

(Kahlil Gibran)

LEMBAR PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini dengan tulus dan suci, Kepada :

- ❖ Kedua orang tuaku yang tulus ikhlas membantuku dan membesarkan hatiku dengan panjatan doa yang tiada pernah terhenti. Semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat dan Hidayah- Nya untuk *Mama dan Baba*.
- ❖ Adik- adikku yang kusayangi *Ifan dan Zustirah*.
- ❖ Teman- teman yang setia menemaniku, Rika, Mamik, Mitha, Reni, Dwi dan sahabat terbaikku “Yani”, yang selalu memberi dorongan dan semangat untuk membesarkan hatiku (terima kasih banyak untuk semuanya).
- ❖ Alamamater Universitas Jember yang tercinta.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena hanya dengan limpahan Hidayah dan Rahmat-Nya lah, Laporan Hasil Praktek Kerja Nyata yang berjudul **“PELAKSANAAN ADMINISTRASI KEUANGAN PADA PEMASANGAN IKLAN PT. RADIO SUARA AKBAR- JEMBER”** ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulisan Laporan Praktek Kerja Nyata ini, dimaksudkan untuk menyelesaikan pendidikan Program Diploma III Jurusan Administrasi Keuangan pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember. Dengan terselesaikannya penulisan Laporan Praktek Kerja Nyata ini, tiada kata yang pantas dan patut penulis sampaikan selain ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan Laporan Praktek Kerja Nyata ini. Atas bantuannya yang tak ternilai sekali, dengan kerendahan hati hanyalah ucapan terima kasih yang dapat dihaturkan kepada :

1. Ibu **Dra. Elok Sri Utami**, selaku Dosen Pembimbing dalam penulisan Laporan Praktek Kerja Nyata ini, yang telah memberikan bimbingan, saran, kritik, dan nasihat dengan penuh kesabaran dan ketekunan dalam membimbing penulis dalam penyusunan laporan ini.
2. Bapak **Drs. Agus Priyono, MM**, selaku Dosen Wali penulis dan sebagai Ketua Program Studi Administrasi Keuangan Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Jember yang telah membantu memberi pengarahan dan bimbingan kepada penulis.
3. Bapak **Drs. H. Liakip, SU**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Ibu **Dra. Ken Darsawarti, MM**, selaku Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Bapak **Abdurrahman Abubakar B**, selaku Direktur/ Penanggung jawab pada PT. Radio Suara Akbar- Jember, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Praktek Kerja Nyata.

6. Bapak **Drs. Achmad Hakim**, selaku Kepala Bagian Keuangan pada PT. Radio Suara Akbar- Jember yang telah memberi bimbingan dan informasi selengkapnyanya kepada penulis selama Praktek Kerja Nyata berlangsung.
7. Bapak **Drs. Imam Syafii**, selaku Kepala Bagian Komersial dan Tata Laksana Iklan pada PT. Radio Suara Akbar- Jember yang memberikan pengarahan dan informasi dalam menyelesaikan kegiatan dan laporan Praktek Kerja Nyata.
8. Teman- teman mahasiswa program studi Administrasi Keuangan yang telah bekerja sama untuk selalu berusaha menjadi yang terbaik.
9. Sahabat- sahabat karibku, antara lain : Kun Handayani (yang selalu setia menjadi teman yang terbaik), Rika, Mamik, Reni, Siti, Mitha, Dwi dan Anis, yang selalu menjadi teman dekat disaat suka maupun duka, dan selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
10. Seluruh pihak yang secara tulus dan ikhlas telah membantu penulis hingga laporan Praktek Kerja Nyata ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT selalu memberi Hidayah dan rahmat kepada kita semua dan juga berkenan membalas semua budi baik yang telah diberikan kepada penulis. Apabila pada saat kegiatan Praktek Kerja Nyata dan pada proses penyusunannya terdapat sikap dan tingkah laku yang kurang berkenan, maka penulis mohon maaf yang sebesar- besarnya.

Besar harapan penulis agar laporan ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu ekonomi, khususnya ilmu administrasi dan bagi mereka yang menaruh perhatian di dalamnya. Kritik dan saran yang bersifat membangun tetap penulis harapkan demi penyempurnaan laporan ini.

Jember, April 2002

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pengesahan Pembimbing	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Alasan Pemilihan Judul	1
1.2. Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata	3
1.3. Objek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	3
1.4. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata	4
BAB II. LANDASAN TEORI	5
2.1. Pengertian Administrasi	5
2.2. Administrasi Keuangan	6
2.3. Pengertian Administrasi Perkantoran	6
2.3.1 Pentingnya Administrasi Perkantoran bagi Pencapaian Tujuan Perusahaan	8
2.4. Pelayanan Jasa Periklanan	8
2.5. Pengertian Periklanan pada Radio	9
2.5.1 Iklan sebagai Sarana Radio	11
2.5.2. Macam- macam Iklan	13
2.5.3. Fungsi Iklan	14

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	17
3.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	17
3.2. Wilayah Peredaran PT. Radio Suara Akbar-	18
3.3. Struktur Organisasi	19
3.4. Tenaga Kerja Perusahaan	24
3.5. Jam Kerja Karyawan	25
3.5.1. Sistem Upah Penyar/ Karyawan	26
3.6. Program- program Acara yang ada di PT. Radio Suara Akbar-	26
3.7. Peralatan Produksi	29
3.7.1. Peralatan Produksi	29
3.7.2. Hasil Produksi	29
3.7.3. Proses Produksi	29
3.8. Pemasaran	30
 BAB IV. KEGIATAN PRAKTEK KERJA NYATA	 33
4.1. Order Pemasangan Iklan pada PT. Radio Suara Akbar	37
4.2. Pengisian Jadwal Iklan pada PT. Radio Suara Akbar. ...	39
4.3. Pengisian Jurnal Spot Iklan pada PT. Radio Suara Akbar	40
4.4. Pengisian Agenda Piutang Iklan pada PT. Radio Suara Akbar	37
 BAB V. KESIMPULAN	 42
 DAFTAR PUSTAKA	 44
LAMPIRAN- LAMPIRAN	45

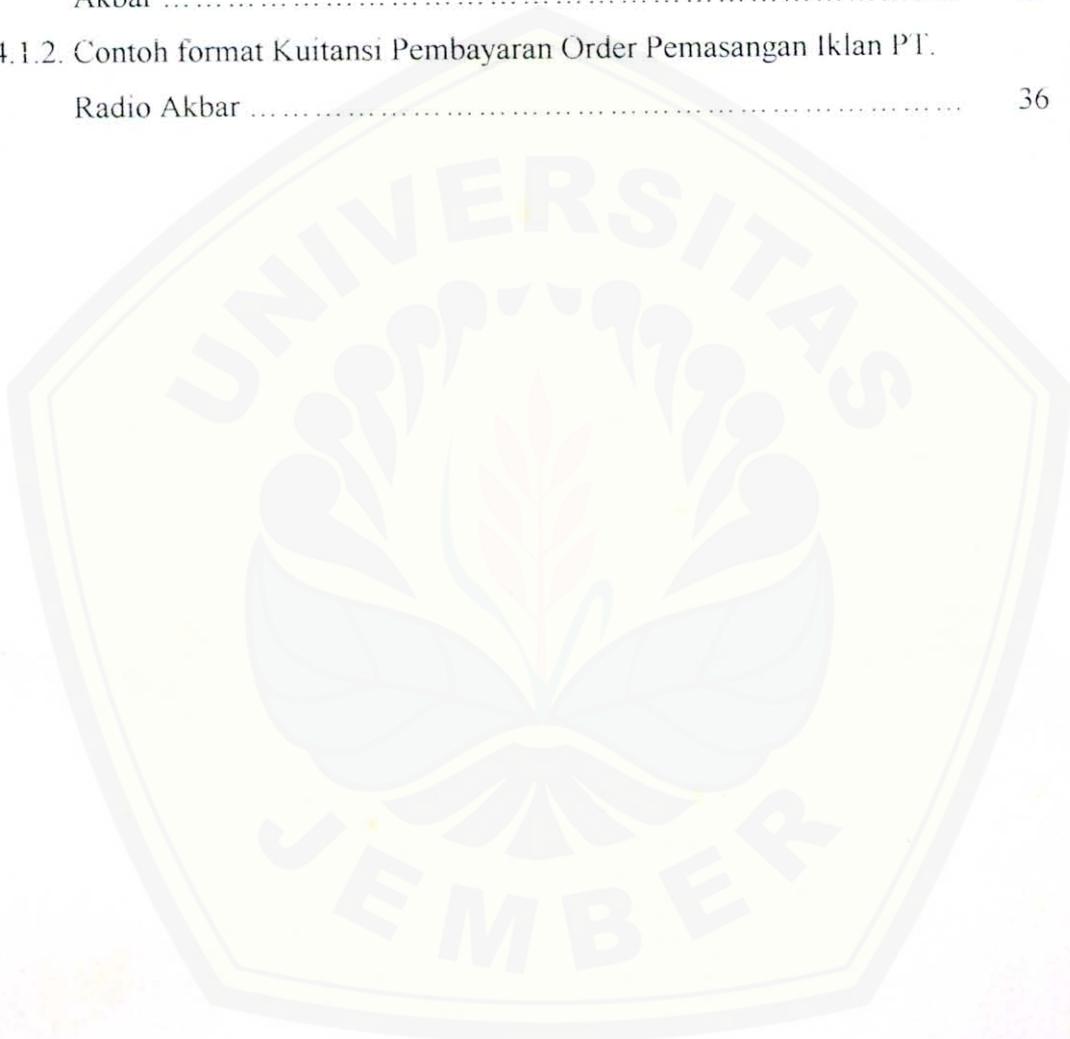
DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.2.1. Contoh format Jadwal Iklan dan Log Iklan PT. Radio Suara Akbar	37
4.2.2. Contoh format Log Book Iklan PT. Radio Suara Akbar	38
4.3. Contoh format Jurnal Spot Iklan PT. Radio Suara Akbar	39
4.4. Contoh format tabel Agenda Piutang Iklan PT. Radio Suara Akbar	40



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1. Struktur Organisasi PT. Radio Suara Akbar	20
4.1.1. Contoh formulir Surat Order pemasangan iklan PT. Radio Suara Akbar	35
4.1.2. Contoh format Kuitansi Pembayaran Order Pemasangan Iklan PT. Radio Akbar	36



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Ijin Praktek Kerja Nyata dari Fakultas Ekonomi Universitas Jember
- Lampiran 2. Surat Keterangan Praktek Kerja Nyata dari PT. Radio Suara Akbar- Jember
- Lampiran 3. Daftar Absensi Praktek Kerja Nyata
- Lampiran 4. Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Nyata
- Lampiran 5. Contoh Formulir Order Pemasangan Iklan (PT. HM Sampoerna)
- Lampiran 6. Formulir Order Pemasangan Iklan (PT. DMN Abadi- Jakarta)
- Lampiran 7. Bukti/ kuitansi Pembayaran Order Pemasangan Iklan PT. Radio Suara Akbar- Jember
- Lampiran 8. Contoh Formulir Order Pemasangan Iklan (Sponsor Dangdut PT. Supra Ferbindo Farma)
- Lampiran 9. Formulir Log Siaran
- Lampiran 10. Formulir Bukti Siar Iklan (PT. DMN Abadi- Jakarta dengan produk Happy Mie)
- Lampiran 11. Contoh Formulir Order Pemasangan Iklan (PT. Bintang Todjoe)
- Lampiran 12. Formulir Log Book iklan
- Lampiran 13. Contoh format jurnal spot iklan PT. Radio Suara Akbar- Jember (Periode April 2002)
- Lampiran 14. Contoh format jurnal spot iklan PT. Radio Suara Akbar- Jember (Periode Mei 2002)
- Lampiran 15. Profil radio
- Lampiran 16. Acara dan sponsor
- Lampiran 17. Kartu konsultasi

I. PENDAHULUAN



1.1. Alasan Pemilihan Judul :

Pendirian suatu perusahaan umumnya mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai, hal tersebut dapat diyakini karena tujuan perusahaan merupakan landasan bagi perusahaan. Tujuan tersebut tidak lain untuk mendapatkan keuntungan yang layak demi kontinuitas dan perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

Untuk mencapai tujuan perusahaan, maka perusahaan perlu menjaga dan meningkatkan volume penjualan produk atau jasa yang dihasilkan. Salah satu cara agar produk atau jasa perusahaan dikenali dan diingat, maka perusahaan dapat menempuh dengan jalan mengiklankan produk atau jasa perusahaan.

Pelayanan jasa periklanan yang sering disebut dengan iklan/ advertensi/ reklame merupakan suatu usaha yang secara tidak langsung mempengaruhi konsumen dalam tulisan, gambar, suara atau kombinasi dari semuanya itu diarahkan kepada masyarakat secara luas. Dalam teori pemasaran seringkali pemasaran dilengkapi lagi dengan kegiatan pemasaran yang lain, yaitu sales promotion yang teknik persuasifnya kepada masyarakat melalui kontak langsung. Sasaran utama dari kegiatan periklanan tersebut adalah peningkatan omset penjualan, keuntungan per bulan dan keuntungan per unit. Dengan adanya pelaksanaan iklan dan *sales promotion* yang saling menunjang, hasil minimal yang bisa diharapkan adalah mempertahankan omset penjualan, dan posisi market share perusahaan. Selain itu apabila pelaksanaan iklan dan *sales promotion* berhasil dengan baik dalam artian secara efektif dan efisien, maka hasil lain yang bisa didapat adalah biaya per unit rendah, dapat meningkatkan efisiensi modal kerja.

Periklanan pada umumnya dilakukan oleh perusahaan *intertainment*, karena usaha ini memiliki frekuensi cukup tinggi untuk berhubungan secara langsung dengan masyarakat luas sebagai audiensnya, yang sekaligus sebagai calon pembeli suatu produk yang diiklankan oleh perusahaan *intertainment* tersebut. Dimana

perusahaan tersebut adalah sebagai penyedia, penyelenggara jasa periklanan, khususnya pengguna media radio.

Mengingat begitu pentingnya usaha pelayanan jasa periklanan baik ditinjau dari sudut pandang perusahaan sebagai pengguna jasa periklanan, maupun dari sudut pandang pengusaha *intertainment* sebagai penyedia atau penyelenggara jasa periklanan, maka usaha jasa periklanan merupakan suatu usaha yang sangat penting dan dipandang sebagai hal yang serius, yaitu harus lebih diperhitungkan cara pengelolaannya maupun prosedur pelaksanaannya agar tercapai efektivitas dan efisiensi usaha. Dimana pengelolaan dan penataan prosedur pelaksanaan yang lebih serius tidak lain adalah dengan mengoptimalkan fungsi administrasi dari pelayanan jasa periklanan.

PT. Radio Suara Akbar merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis hiburan (*intertainment*), yang menggunakan media radio sebagai sarana utama dalam menjalankan usahanya. Dimana dalam melayani jasa periklanan dapat mengenalkan produk yang dipasarkan oleh perusahaan. Dalam usahanya sebagai jasa periklanan maka PT. Radio Suara Akbar mempunyai suatu sistem tersendiri yang tercakup di dalamnya administrasi keuangan.

Administrasi keuangan merupakan suatu sistem yang ada pada perusahaan, yang di dalamnya terdapat prosedur- prosedur mengenai penyediaan informasi keuangan. Dimana informasi keuangan merupakan faktor terpenting dalam pencapaian tujuan perusahaan yang berhubungan dengan aliran kas di dalamnya, yang menunjukkan adanya nilai- nilai yang berupa angka- angka, yang berarti seluruh kegiatan yang berhubungan dengan uang dimasukkan ke dalam kategori kegiatan keuangan perusahaan baik secara tunai maupun kredit.

Karena pentingnya administrasi keuangan pada PT. Radio Suara Akbar maka penulis mengambil judul Praktek Kerja Nyata "**PELAKSANAAN ADMINISTRASI KEUANGAN PADA PEMASANGAN IKLAN PT. RADIO SUARA AKBAR - JEMBER**".

1.2. Tujuan dan Kegunaan Praktek Kerja Nyata

1.2.1. Tujuan Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

- a) Untuk mengetahui lebih dalam mengenai Prosedur Pelaksanaan Adminstrasi Keuangan pada Pemasangan Iklan di PT. Radio Suara Akbar- Jember.
- b) Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

1.2.2. Kegunaan Praktek Kerja Nyata

- a. Untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan khususnya dalam bidang administrasi keuangan.
- b. Mendapatkan kesempatan untuk memasyarakatkan diri dilingkungan kerja yang sesungguhnya serta untuk mendapatkan pengalaman berharga yang belum diperoleh di bangku perkuliahan.

1.3. Obyek dan Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1.3.1. Obyek Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Obyek Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan di PT. Radio Suara Akbar yang berkedudukan di Jalan Trunojoyo Nomor 56 Jember.

1.3.2. Jangka Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

Kegiatan Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan selama 22 hari kerja efektif kecuali pada hari libur/ minggu dengan ketentuan pelaksanaannya dimulai dari tanggal 18 Februari 2002 sampai dengan 16 Maret 2002, yang dimulai dari jam 07. 30 WIB sampai dengan jam 15. 30 WIB.

4.1 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Praktek Kerja Nyata

No.	KEGIATAN	MINGGU I	MINGGU II	MINGGU III	MINGGU IV
1.	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan lokasi Praktek Kerja Nyata. - Pengarahan tentang kebijaksanaan umum dan kondisi perusahaan. 				
2.	<ul style="list-style-type: none"> - Pengarahan tentang struktur organisasi dan sejarah perusahaan. - Mengadakan kegiatan yang terkait dengan administrasi keuangan pada PT. Radio Suara Akbar. - Pelaksanaan kegiatan dalam tata laksana pembuatan iklan. 				
3.	<ul style="list-style-type: none"> - Mengadakan kegiatan dalam pelaksanaan proses promosi. - Pelaksanaan dan penjelasan sehubungan dengan tata cara siaran dan pembuatan program iklan. 				
4.	<ul style="list-style-type: none"> - Menerima dan melaksanakan tugas— tugas yang berkaitan dengan judul laporan Praktek Kerja Nyata. - Konsultasi dengan pembimbing Praktek Kerja Nyata di perusahaan. 				
5.	<ul style="list-style-type: none"> - Penutupan Praktek Kerja Nyata sekaligus mohon pamit pada pimpinan, staff dan karyawan PT. Radio Suara Akbar. 				

II. LANDASAN TEORI



2.1. Pengertian Administrasi

Perkembangan suatu perusahaan tidak lepas dari peranan Ilmu Administrasi, dimana di dalam suatu administrasi terdapat suatu proses penyelenggaraan yang dapat menunjang tercapainya tujuan dari suatu usaha. Proses penyelenggaraan dimulai dari proses pemikiran, perencanaan, pengaturan, menggerakkan dan pengawasan sampai dengan proses tujuan. Dari proses inilah jalannya suatu dunia usaha dapat terlaksana dalam melakukan kegiatan dari aktivitas orang-orang atau pengusaha yang dalam penyelenggaraannya terlibat di dalam kegiatan administrasi.

Di dalam pengertian *Administrasi* menurut **Soekarno, K (1986: 9)** mengandung dua pengertian :

a) *Pengertian dalam arti sempit*

Administrasi berarti tata usaha (*administratie*) atau office work, ialah segala kegiatan yang meliputi tulis menulis, mengetik, korespondensi, kearsipan dan sebagainya.

b) *Pengertian dalam arti luas*

Pengertian administrasi dapat ditinjau dari tiga sudut, yaitu sudut proses, sudut fungsi dan dari sudut kepranataan (*institution*). Dari sudut proses, administrasi merupakan keseluruhan proses yang dimulai dari proses pemikiran, perencanaan, pengaturan, penggerakan, pengawasan atau pengendalian sampai pada proses pencapaian tujuan. Dari sudut fungsi, administrasi berarti keseluruhan tindakan (*aktivitas*) yang baru dilakukan dengan sadar oleh seseorang atau kelompok orang-orang. Dari sudut kepranataan, administrasi adalah kelompok orang-orang yang secara tertentu melakukan aktivitas untuk mencapai tujuan.

Dari uraian diatas dapatlah ditarik kesimpulan bahwa administrasi adalah suatu proses penyelenggaraan kegiatan pekerjaan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan atau dengan kata lain segenap rangkaian kegiatan penataan terhadap

pekerjaan di dalam keadaan yang bagaimana dan dimana saja, yang nantinya untuk pencapaian tujuan, disitu terdapat administrasi.

2.2. Administrasi Keuangan

Administrasi keuangan merupakan suatu sistem yang ada pada perusahaan yang di dalamnya terdapat prosedur- prosedur mengenai penyediaan informasi keuangan. Dimana informasi keuangan merupakan faktor terpenting dalam pencapaian tujuan perusahaan yang berhubungan dengan aliran kas di dalamnya, yang menunjukkan adanya nilai- nilai yang berupa angka- angka, yang berarti seluruh kegiatan yang berhubungan dengan uang dimasukkan ke dalam kategori kegiatan keuangan perusahaan baik secara tunai maupun kredit.

Berdasar uraian tentang administrasi keuangan tersebut diatas, maka Administrasi Keuangan menurut **The Liang Gie (1983 : 12)** adalah merupakan rangkaian perbuatan manusia dalam mengelola segi- segi pembelanjaan dana suatu usaha kerja sama

Sedang menurut **Indriyo (1984 : 4)** adalah proses penyelenggaraan kerja yang berhubungan dengan masalah- masalah keuangan perusahaan dalam usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2.3. Pengertian Administrasi Perkantoran

Suatu perusahaan dalam proses penyelenggaraan kegiatannya dibutuhkan suatu ilmu administrasi yang memiliki unsur terpenting yaitu administrasi perkantoran. Dimana unsur perkantoran dapat diartikan sebagai suatu tempat memberikan pelayanan informasi, komunikasi, dan catatan- catatan mengenai pekerjaan kantor maupun pekerjaan tulis- menulis. Proses penyelenggaraan dari unsur perkantoran itu dapat dinamakan administrasi kantor, yang pada saat ini lebih dikenal dengan manajemen kantor.

Sedangkan definisi dari manajemen kantor menurut **Drs. Moekijat (1988 : 1)** adalah penjurusan dan pengawasan dari sebuah kantor untuk mencapai tujuannya yang khusus dengan cara sehemat- hematnya. Pengertian ini berkembang lebih lanjut

lagi, dimana pengertian penjurusan yang terdapat pada definisi diatas menjadi terperinci dari beberapa bagian aktivitas pekerjaan kantor. Hubungan penggabungan dari berbagai aktivitas pekerjaan kantor tersebut merupakan suatu fungsi tertentu. Fungsi yang dimaksud adalah fungsi fundamental dari administrasi atau manajemen kantor. Fungsi fundamental tersebut meliputi fungsi : perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengawasan, pengendalian pekerjaan perkantoran.

Adapun pengertian dari kelima macam fungsi fundamental yang terdapat di dalam administrasi atau manajemen perkantoran secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut :

a) Perencanaan

Adalah tindakan memilih dan menghubungkan fakta- fakta yang menggunakan pemikiran- pemikiran mengenai masa yang akan datang dalam hal mem- visualisasi serta merumuskan kegiatan- kegiatan yang diusulkan dan dianggap perlu untuk mencapai hasil yang diharapkan.

b) Pengorganisasian

Adalah tindakan mendistribusi pekerjaan antara kelompok yang ada dengan menetapkan dan memperinci hubungan yang diperlukan.

c) Pengarahan

Merupakan tindakan dalam memberi arah atau petunjuk anggota kelompok untuk melaksanakan tugas- tugas dan kewajibannya secara sistematis.

d) Pengawasan

Merupakan suatu aktivitas atau kegiatan mengawasi seluruh kegiatan anggota kelompok dalam tata laksana pekerjaan agar sesuai rencana.

e) Pengendalian

Merupakan suatu tindakan pemeriksaan aktivitas- aktivitas pekerjaan guna menghindari terjadinya kekeliruan atau penyimpangan- penyimpangan yang dilakukan dengan berusaha untuk menyempurnakannya.

2.3.1. Pentingnya Administrasi Perkantoran Bagi Pencapaian Tujuan Perusahaan

Pada umumnya salah satu tujuan terpenting dari suatu perusahaan adalah mendapatkan keuntungan yang semaksimal mungkin, dimana untuk mewujudkan tujuan tersebut harus didukung oleh efektivitas dan efisiensi kerja yang terarah dengan baik. Maka, tujuan tersebut terlaksana apabila bila administrasi perkantoran yang dilaksanakan dapat ditingkatkan dengan fungsi pelayanan perkantoran yang menyeluruh pada bidang kerja yang ada dari suatu organisasi atau perusahaan dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Adapun administrasi atau efisiensi kantor yang perlu diusahakan seorang manajer untuk mencapai tujuan perusahaan adalah :

- a. Memberikan pelayanan sesuai dengan sesuatu haluan kontrol keamanan atau lainnya yang ditetapkan oleh perusahaan
- b. Memberikan pelayanan yang bertanggung jawab sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan perusahaan
- c. Memberikan pelayanan yang sesuai dengan efisiensi teknik dan sistem penghematan yang seharusnya, memperoleh bantuan yang efektif dari pegawai bawahan dan rekan-rekan kerja serta menggunakannya secara efektif saran yang tersedia baginya

2.4. Pelayanan Jasa Periklanan

Jasa periklanan merupakan suatu usaha pelayanan yang bergerak pada bidang jasa yang menjual iklan kemudian disampaikan kepada masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan industri atau lembaga dari pribadi atau organisasi. Jasa tersebut dirancang dengan sedemikian rupa untuk menyempurnakan prestasi atau atau kesejahteraan organisasi dengan penerapan keterampilan yang berasal dari serangkaian pengetahuan yang resmi dan diakui, serta memberikan tolok ukur penafsiran atas hasil penerapan jasa tersebut.

Pelayanan jasa khususnya pada jasa periklanan dapat bersifat secara profesional apabila didukung oleh pelayanan yang menyeluruh dari segala bidang

kerja yang ada dengan menciptakan efektivitas dan efisiensi. Suatu jasa yang bersifat profesional dapat dikategorikan menjadi ; *pertama*, jasa pemberi kemudahan, yaitu semua pelayanan jasa untuk menyediakan sarana operasi dan organisasi yang produktif, termasuk pengadaan uang, penyimpanan, pengangkutan, promosi dan asuransi. *Kedua*, jasa yang berupa nasihat dan konsultasi, yaitu semua pelayanan jasa dengan menyampaikan keahlian dan kecakapan umum ataupun khusus, termasuk nasihat untuk penggunaan dan pencarian sumber- sumber daya, riset, pendidikan, organisasi dan pemasaran. Dari kedua macam kategori jasa tersebut bahwa pelayanan jasa periklanan sebagai jasa professional mendapat penekanan pada aspek administrasi dan juga pada aspek produksi dan operasi. Tujuan yang ingin dicapai pada aspek produksi dan operasi adalah : meningkatkan produktivitas dengan kata lain adalah daya produksi.

2.5. Pengertian Periklanan pada Radio

Istilah iklan saat ini banyak terdapat penafsiran tentang pengertiannya, sehingga menimbulkan kesimpangsiuran pengertian dengan istilah reklame dan advertising. Karena pada dasarnya istilah tersebut adalah sama dan masing- masing memiliki tujuan yang sama , dan kegiatannya pun sering digunakan produsen, pedagang, maupun perusahaan- perusahaan jasa lainnya.

Istilah iklan merupakan terjemahan dari istilah *advertentie* atau *advertising*, yang pengertiannya adalah penyewaan ruangan di media masa dengan tujuan untuk memperkenalkan sesuatu produksi dan jasa tertentu kepada khalayak ramai. Sedangkan istilah reklame berasal dari bahasa Latin *`re`* dan *`clamo`*, dimana kata *`re`* berarti berulang- ulang, sedangkan kata *`clamo`* berarti berseru, sehingga reklame dapat diartikan dengan meneriakkan berulang- ulang.

Pengertian advertising menurut **Tams Djayakusuma (1982 : 7)** adalah lebih luas dari reklame, yaitu meliputi hal- hal yang komersial dan hal- hal yang non komersial. Yang dimaksud pengertian non komersial yaitu hal- hal yang mengenai berita- berita keluarga berupa pemberitahuan kelahiran anak, berita kematian, pengumuman- pengumuman dan lain- lain. Maka advertising dapat diartikan suatu

kegiatan yang menggunakan atau menyewa tempat pada salah satu media komunikasi dimana suatu perusahaan akan memperkenalkan hasil produksi atau jasa yang baru itu.

Sehingga dengan demikian pengertian iklan cenderung identik dengan istilah advertising, karena dengan pemberitahuan berarti yang dimaksud adalah termasuk hal-hal yang komersil pula.

Pendapat mengenai pengertian radio menurut **Oey Hong Lee (1996)** adalah alat komunikasi masa yang menggunakan lambang komunikasi yang berbunyi.

Pengertian radio sebagai sarana periklanan yang harus dipahami menurut **Media Komunikasi Radio (1996)** yaitu :

- a) Radio sebagai alat pemancar atau sering disebut stasiun radio. Stasiun radio mencari, mengumpulkan, mengolah dan menyajikan acara siaran untuk disampaikan kepada pendengar. Acara siaran ini ada yang berbentuk berita, lagu-lagu, cerita dalam bentuk sandiwara radio, iklan dan lain-lain. Dalam penyelenggaraan program acara membutuhkan pengetahuan khusus untuk mengoperasikannya, seperti pengetahuan teknik dan pengetahuan untuk menyusun program acara itu sendiri. Faktor lainnya yaitu modal mendirikan relatif mahal dan perlu mendapatkan persetujuan dari pemerintah.
- b) Radio sebagai alat penerima. Alat ini disebut sebagai pesawat radio. Pesawat radio banyak dimiliki oleh masyarakat karena harganya relatif murah dan mudah untuk mengoperasikannya. Tidak perlu izin untuk memiliki pesawat radio, karena itu pesawat radio hanya mampu menangkap siaran yang disampaikan oleh pemancar.

Menurut **Rhenald Kasali (1992 : 128)** manajemen periklanan dapat memberikan pengertian tentang radio sebagai berikut yaitu suatu susunan impuls elektronis yang disebut sinyal dan ditransmisikan oleh gelombang-gelombang elektromagnetis. Sinyal-sinyal tadi memiliki tinggi (amplitude) dan lebar (widher), dan lebar gelombang itu menunjukkan sinyal frekuensi radio tersebut.

Selanjutnya **Peraturan Pemerintah No. 55 Tahun 1970** memberikan definisi tentang radio, yaitu “Radio siaran adalah pemancar radio secara langsung yang ditujukan secara umum dalam bentuk suara dan mempergunakan gelombang radio sebagai media” .

Dengan melihat beberapa pengertian mengenai iklan dan radio dari beberapa definisi atau pendapat diatas, maka dapat diambil satu pengertian mengenai iklan radio dengan menggabungkan istilah- istilah tersebut agar menjadi satu- kesatuan yang jelas mengenai apa sebenarnya iklan radio itu. Iklan radio dapat diartikan sebagai suatu usaha kegiatan untuk memperkenalkan suatu jenis produk atau jasa tertentu, dan merancang suatu pesan yang efektif untuk disampaikan di suatu media masa yang menggunakan lambang komunikasi bunyi dan sinyal- sinyal serta ditransmisikan oleh gelombang elektromagnetis sebagai media penyampaian kepada audiens atau pendengar.

Dapat dirumuskan pula bahwa periklanan adalah salah satu pihak yang menawarkan sesuatu dengan pihak lain yang membutuhkan. Jadi suatu kegiatan periklanan pada radio dapat diartikan sebagai penyebar informasi melalui media pemancar atau pesawat radio yang berhubungan dengan sesuatu gagasan, pelayanan produk atau jasa untuk mendorong tindakan sesuai dengan tujuan pemasangannya.

2.5.1. Iklan Sebagai Sarana Promosi

Apabila suatu perusahaan berniat akan menjual produk barang atau jasa yang masih baru atau belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, maka agar produk tersebut cepat dikenal masyarakat diperlukan suatu cara atau teknik- teknik untuk penjualannya. Adapun teknik- teknik itu berupa suatu tindakan untuk menarik minat dan perhatian masyarakat pada suatu produk barang atau jasa yang ditawarkan, yakni melalui usaha promosi. Pengertian promosi menurut **Basu Swasta (1984 : 237)** dapat diartikan sebagai arah informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Suatu pelayanan periklanan erat hubungannya dengan media promosi. Hal yang sangat mendukung adalah tindakan efektif yaitu apabila dengan menyebutkan masalah atau keterangan- keterangan tentang penggunaan atau menawarkan suatu produksi barang atau jasa dengan tepat dan jelas. Karena media periklanan merupakan suatu cara untuk memberitahukan kepada masyarakat umum sebagai calon konsumen atau pembeli tentang barang- barang atau jasa yang ditawarkan, serta bermacam- macam metode untuk mempengaruhi atau mendorong konsumen untuk membeli barang atau jasa tersebut.

Promosi merupakan salah satu aspek yang terpenting di dalam pemasaran produk barang atau jasa oleh suatu perusahaan. Sedangkan tujuan dari promosi seperti yang telah dikemukakan oleh **Basu Swastha (1984: 237)** adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai usaha- usaha untuk menciptakan kesadaran pada konsumen tentang sebuah barang dagangan atau jasa, sehingga pihak konsumen berkeinginan untuk membeli
- b. Sebagai taktik atau cara untuk menarik simpati masyarakat umum tentang suatu barang
- c. Promosi bertujuan untuk meningkatkan daya saing terhadap suatu barang- barang lain yang mungkin mempunyai nilai dan mutu sama

Dengan demikian dapat diartikan secara singkat tujuan dari media promosi adalah :

- a) memajukan citra perusahaan yang bersangkutan dengan meningkatkan keberhasilan dalam periklanan yang dapat diukur melalui pengetahuan tentang apa dan bagaimana fungsi serta peranan media periklanan
- b) memperbesar volume penjualan produk- produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang bersangkutan

2.5.2. Macam- macam Iklan

Mengenai macam- macam periklanan selalu mengalami perkembangan dari tahun ke tahun, dimana hal ini sejalan dengan perkembangan dunia usaha yang semakin maju. Maka dari itu, bagi pelaku dunia usaha dituntut untuk meningkatkan pengetahuan bagaimana produktivitas dapat berjalan lancar melalui usaha iklan yang menarik minat konsumen dengan cara mengemukakan faedah pemakaian suatu produk barang atau jasa. Dengan demikian mereka dapat terus melakukan modifikasi dan mempromosikan usaha, khususnya dalam beriklan tersebut. Sehingga diharapkan iklan yang mereka pergunakan dalam mempromosikan produksi barang atau jasa itu dapat berjalan efektif dan mengena pada sasaran yang tepat.

Untuk merealisasikan uraian tersebut diatas, maka diperlukan pengetahuan bagi setiap pengusaha tentang dunia periklanan, baik macamnya, fungsi dan peranannya maupun hal- hal lain yang berkaitan dengan masalah iklan ini.

Macam- macam iklan berdasarkan tujuan dari iklan menurut **Onong U. Effendy (1990 : 108- 110)** dapat dibedakan menjadi :

1) *Periklanan konsumen (consumer advertising)*

Periklanan konsumen adalah jenis kegiatan yang dilaksanakan oleh seorang pengusaha /pemilik pabrik atau penyalur/ dealer yang ditujukan kepada konsumen, yaitu pembeli produk tertentu untuk kepentingannya sendiri

2) *Periklanan industrial (industrial advertising)*

Periklanan jenis ini adalah periklanan yang dilakukan oleh pengusaha pabrik atau distributor barang- barang industri, yang umumnya bukan merupakan kebutuhan hidup secara pribadi/ individual

3) *Periklanan niaga (trade advertising)*

Periklanan niaga adalah periklanan yang dilakukan oleh pengusaha pabrik untuk menstimulasi para penyalur tunggal dan para pengecer untuk menyediakan dan menjual produk yang dihasilkan

4) *Periklanan profesional (professional advertising)*

Periklanan jenis ini adalah periklanan yang dilaksanakan oleh penghasil atau distributor yang peningkatan penjualan produknya tergantung pada para

profesional untuk merekomendasikan, mengklarifikasikan atau menetapkan produk bersangkutan untuk para pembeli atau pemakai.

Macam iklan radio menurut bentuknya menurut **Onong U. Effendy (1990 : 108- 110)** dibagi menjadi tiga macam yaitu :

a) Iklan yang dibacakan

Merupakan iklan yang paling sederhana dan paling murah tarifnya, dapat berupa dialog atau anjuran yang dibacakan

b) Iklan yang diolah dengan musik dan efek suara

Jenis iklan ini lebih menarik karena mengandung seni hiburan dan gambaran suasana, dikombinasikan dengan musik dan efek suara yang tarifnya lebih mahal

c) Iklan acara yang disponsori

Iklan jenis ini berbentuk acara yang disponsori, atau dikenal dengan istilah "*sponsored programme*", dimana selama acara itu berlangsung dapat diselipkan iklan yang ingin disampaikan.

2.5.3. Fungsi Iklan

Pada dasarnya untuk peningkatan omset penjualan seorang pelaku bisnis perlu menempuh strategi pemasaran yang tepat. Salah satu strategi tersebut adalah melalui usaha promosi yang dilakukan dengan cara beriklan di media periklanan. Cara ini dianggap penting mengingat dewasa ini persaingan bisnis semakin keras, sebuah produk barang atau jasa yang serupa dan sejenis dapat saja diproduksi oleh lebih dari satu pengusaha, tentunya dengan jenis atau kemasan yang berbeda.

Bagi masyarakat selaku konsumen tentunya kondisi semacam ini sangat membingungkan dalam memilih, karena produk yang akan mereka konsumsi ternyata jenisnya tidak hanya satu. Dengan adanya pesan- pesan dari produsen melalui iklan, masyarakat dapat memilih mana yang sesuai bagi dirinya. Hal ini yang mendorong mengapa setiap pengusaha perlu beriklan

Fungsi iklan menurut **Rhenald Kasali (1992: 16)** :

- a. Iklan memperluas alternatif bagi konsumen

Dengan adanya iklan, konsumen dapat mengetahui adanya berbagai produk, yang pada gilirannya akan menimbulkan adanya pilihan

- b. Iklan membantu produsen menimbulkan kepercayaan

Bagi konsumennya "*Tak kenal maka tak sayang*". Iklan- iklan yang secara tegas tampil di hadapan masyarakat dengan ukuran besar dan logo yang cantik menimbulkan kepercayaan yang tinggi bahwa perusahaan yang membuatnya bonafid dan produknya bermutu.

- c. Iklan membuat orang kenal, ingat dan percaya

Sedangkan fungsi iklan menurut **Winardi (1992: 181- 182)** menyatakan antara lain bahwa :

- a) Menarik perhatian dan minat konsumen terhadap produk- produk baru, teknologi baru dan perusahaan- perusahaan baru
- b) Mengingat para pembeli dan calon pembeli secara konstan tentang tersedianya produk- produk dan perusahaan yang ada, dan bagaimana kiranya perbandingan dengan produk- produk serta perusahaan lain
- c) Untuk meningkatkan perhatian serta kewaspadaan semua anggota saluran pemasaran tertentu tentang: produk- produk tertentu; perbaikan- perbaikan produk; promosi- promosi khusus; kontes- kontes dan sifat- sifat lama pada tata kerja perusahaan itu
- d) Melaksanakan pra penjualan produk- produk dan ide- ide
- e) Mencapai audiensi sasaran penuh
- f) Mengurangi "disonansi" para pembeli dan meniadakan ketidakpastian tertentu

Dari usaha jasa media periklanan yang telah terlihat dari fungsi- fungsi iklan yang diuraikan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan secara umum fungsi pokok dari iklan sebagai berikut :

a) Memberikan informasi dan komunikasi

Yaitu iklan dapat memberikan suatu informasi dan komunikasi dari bentuk yang lainnya, karena dengan adanya informasi dapat melakukan komunikasi terhadap iklan yang disampaikan, sehingga dapat menambah nilai suatu barang, dengan memberi informasi dan komunikasi yang baik tersebut maka konsumen tidak akan mengetahui lebih banyak tentang suatu barang

b) Usaha mempengaruhi dan membujuk

Disamping mempengaruhi konsumen iklan juga dapat membujuk konsumen. Membujuk terutama kepada para pembeli- pembeli potensial, dengan menyatakan bahwa suatu produk adalah lebih baik dari produk yang lainnya

c) Menciptakan kesan (*image*)

Dari suatu iklan di suatu media, orang dapat memiliki kesan yang tertentu tentang apa yang diiklankan. Dalam hal ini pemasang iklan berusaha menciptakan iklan dengan sebaik- baiknya agar menarik perhatian pembeli. Misalnya dengan menggunakan kemasan dan bentuk yang sangat menarik dan diminati

d) Dapat memuaskan keinginan

Dalam menentukan untuk memilih dan membeli suatu produk, kadang-kadang orang ingin mendapat informasi terlebih dahulu tentang keberadaan produk tersebut, apakah produknya dapat diandalkan, dengan harga terjangkau dan mutu yang baik. Terkadang juga orang ingin dibujuk untuk melakukan sesuatu tindakan yang baik bagi mereka atau masyarakat

III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



3.1. Sejarah Berdirinya Perusahaan

PT. Radio Suara Akbar merupakan suatu perusahaan jasa radio yang ada di kota Jember. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1967, dimana pada waktu itu memang sudah banyak berdiri radio- radio amatir di kota Jember. Tetapi pada tahun 1971 hanya ada dua radio yang mendapat pengesahan, yaitu Radio Suara Akbar dan Radio Suara Kartika. Radio Suara Akbar sendiri berdiri karena kesepakatan dari tokoh-tokoh di Jember yang tergerak untuk mendirikan radio, sehingga lahirlah Radio Suara Akbar. Pada tahun 1971 pula, sesuai dengan akte Radio Suara Akbar berubah menjadi Perseroan Terbatas, yang bergerak menjadi radio komersial.

Pada awal berdirinya, PT. Radio Suara Akbar berlokasi di Jalan Diponegoro, kemudian pindah ke Jalan Untung Suropati, selanjutnya pindah lagi ke Jalan Kartini, dan akhirnya berada di Jalan Trunojoyo Nomor 56 Jember sampai sekarang. Pada tahun 1971 yang menjabat sebagai direktur adalah Bapak Hisyam Umar. Tidak lama kemudian ketika mengalami perkembangan perusahaan, terjadi pergantian pimpinan/ direktur, yaitu jabatan yang semula dipegang oleh Bapak Hisyam Umar digantikan oleh Bapak Husein Abdullah. Tetapi pada tahun 1991 Bapak Husein Abdullah meninggal dunia, sehingga PT. Radio Suara Akbar mengalami pergantian pimpinan/ direktur, yang pelimpahan tanggung jawabnya diberikan kepada Bapak Abdurrahman Abubakar yang dijabatnya sampai sekarang.

PT. Radio Suara Akbar mengalami perkembangan dan kemajuan yang pesat. Hal ini terlihat bahwa perusahaan pernah memperoleh penghargaan sebagai Radio Swasta Terbaik Tingkat Nasional. Pada tahun 1991 pernah dinobatkan sebagai Juara II Radio Swasta Terbaik Seluruh Indonesia. Dan juga selain PT. Radio Suara Akbar dikukuhkan sebagai Radio Terbaik Tingkat Nasional, masih banyak penghargaan sejenis lainnya yang diperoleh di tingkat Jawa Timur, yang dinilai oleh Badan Pembinaan Siaran Non Pemerintah .

Dari adanya peta demografi Kabupaten Jember, PT. Radio Suara Akbar dalam menyusun program siarannya lebih mengacu pada segmen masyarakat secara umum, sehingga diharapkan adanya peningkatan hiburan, penerangan dan informasi pada setiap lapisan segmen pendengar, dapat dipenuhi oleh PT. Radio Suara Akbar.

PT. Radio Suara Akbar yang bergerak di bidang jasa radio, tidak terlepas dari uraian yang tersebut diatas walaupun berdiri lebih dari dua puluh lima tahun, bukan merupakan jaminan akan dapat mengudara secara terus menerus. Tanpa adanya perencanaan yang matang dan mengadakan evaluasi, apa yang telah dilakukan itu, baik pada program atau pada pengorbanan yang telah dilakukan oleh perusahaan, apakah sudah sesuai dengan pendapatan yang diperoleh. Data- data masa lampau dapat dijadikan sebagai acuan ataupun pertimbangan untuk diterapkan pada masa yang akan datang.

3.2. Wilayah Peredaran PT. Radio Suara Akbar

PT. Radio Suara Akbar secara integral adalah untuk menunjang tercapainya pembangunan nasional, dimana pelaksanaannya dibagi menjadi dua wilayah penyebaran frekuensi yang dapat dicapai oleh PT. Radio Suara Akbar.

Adapun kedua wilayah penyebarannya adalah sebagai berikut :

1. Wilayah Jember dan sekitarnya

Wilayah Jember dan sekitarnya yang dapat dijangkau oleh frekuensi PT. Radio Suara Akbar, mencakup wilayah di sekitar kota Jember, seperti Tanggul, Mayang, Kalisat, Ambulu, Wirolegi dan lain- lain

2. Wilayah luar kota Jember

Wilayah luar kota Jember yang dapat menangkap ferkuensi siaran PT. Radio Suara Akbar antara lain Lumajang, Probolinggo, Banyuwangi, Bondowoso, bahkan bisa sampai di wilayah Situbondo

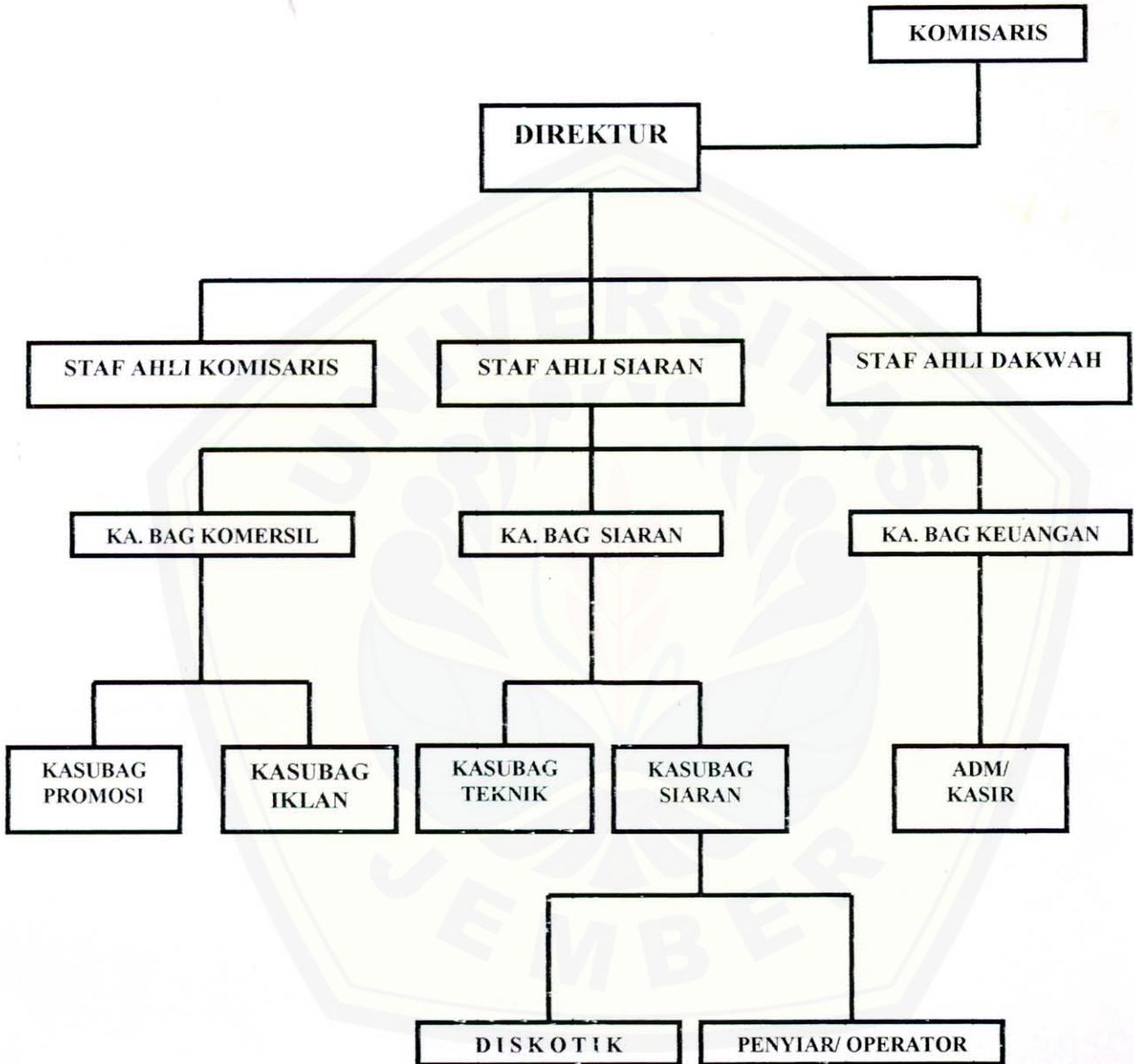
Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa PT. Radio Suara Akbar dapat mencapai jangkauan yang luas. Dalam jangkauan segmen siaran yang nantinya dapat diterima oleh masyarakat luas.

3.3. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan suatu proses penetapan dan pembagian pekerjaan yang akan dilakukan, pembatasan tugas- tugas atau tanggung jawab, wewenang serta penetapan hubungan- hubungan antara unsur- unsur organisasi sehingga memungkinkan orang- orang yang terlibat di dalamnya dapat menciptakan hubungan kerja sama yang baik untuk mencapai tujuan.

Untuk mencapai tujuan tersebut secara efektif organisasi membutuhkan tenaga kerja yang tidak sedikit jumlahnya, maka diperlukan adanya pembagian kerja yang baik. Dengan adanya pembagian kerja yang baik, maka tiap orang/ bagian akan mengetahui secara jelas tugas, tanggung jawab dan kedudukannya masing- masing di dalam organisasi tersebut. Dengan demikian diharapkan tidak terjadi kesimpang siuran dalam pekerjaan sehingga pekerjaan dapat dilakukan secara efektif dan efisien.

Dalam struktur organisasi akan lebih jelas dan tegas apabila dapat dituangkan ke dalam bagan organisasi, yang dapat menunjukkan garis- garis komunikasi, pelimpahan wewenang dan tanggung jawab. Bentuk struktur organisasi yang digunakan oleh PT. Radio Suara Akbar adalah **struktur organisasi garis dan staf**. Dimana kekuasaan dan tanggung jawab mengalir dalam suatu garis lurus, jadi semua pegawai menerima perintah dan petunjuk langsung dari pimpinan. Disini tenaga ahli sangat dibutuhkan untuk memberikan nasihat atau anjuran dalam usaha membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut, sesuai dengan keahlian yang dimiliki oleh staf ahli tersebut dan di dalam melaksanakan tugasnya staf ahli tersebut bertanggung jawab langsung kepada direktur. Dengan demikian setiap satuan organisasi memegang wewenang dan tanggung jawab penuh atas bidang kerjanya yang berada di dalam pengawasan suatu satuan dari jenjang yang setingkat di atasnya.



Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT. Radio Suara Akbar

Sumber: PT. Radio Suara Akbar- Jember

Adapun tugas dan tanggung jawab* masing- masing jabatan yang tertera di atas adalah sebagai berikut :

a) Komisaris

1. Bertugas mengawasi jalannya tugas- tugas yang harus dilakukan oleh seorang direktur, yang me- *manage* perusahaan. Perusahaan juga memberikan masukan- masukan bagi direktur dalam menjalankan tugasnya.
2. Komisaris juga bertindak sebagai pengawas yang mengawasi direktur apabila tindakan direktur tidak sesuai dengan ketentuan- ketentuan dan kaedah- kaedah yang berlaku sesuai dengan yang telah disepakati.
3. Komisaris juga bertugas memberikan kesepakatan bersama ataupun kesepakatan yang berada di bawah badan hukum.

b) Direktur

1. Bertugas mengawasi perusahaan secara tidak langsung.
2. Direktur dapat berperan sebagai pelindung dari perusahaan.
3. Direktur bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan terhadap segala sesuatu yang menyangkut perusahaan, baik pengawasan secara langsung maupun tidak langsung.

c) Staf Ahli Komersial

1. Tugasnya adalah memberi saran dan masukan pada direktur tentang cara pengembangan dan kelangsungan perusahaan, karena pemasukan utama dari perusahaan adalah menjual jasa iklan.
2. Tanggung jawab staf ahli komersial yaitu bertanggung jawab terhadap kelangsungan dan perkembangan perusahaan.

d) Staf Ahli Siaran

1. Bertugas mengawasi jalannya acara- acara yang sebelumnya tidak disetujui oleh produksi siar.
2. Staf ahli siaran bertanggung jawab kepada bagian siar untuk mempersiapkan acara yang nantinya layak untuk diudarakan. Dalam hal ini staf ahli siaran berfungsi sebagai pengawas yang bertanggung jawab meliputi seluruh acara yang mengudara.

e) Staf Ahli Dakwah

1. Bertugas mengacu pada tujuan pertama pendirian radio swasta ini, adalah sebagai media dakwah disamping sarana hiburan dan informasi, sehingga acara- acara yang disajikan tidak boleh menyimpang dari acuan semula.
2. Tugas daripada staf ahli ini adalah memberikan masukan pada direktur agar acara- acara yang disajikan tidak menyimpang dari ajaran Islam.
3. Tanggung jawab dari staf ahli dakwah yaitu bertanggung jawab terhadap mutu siaran agar tidak menyimpang dari ajaran Islam. Acara yang berlangsung pada Radio Suara Akbar kepada konsumen, dalam bentuk iklan sehingga suatu acara nantinya diharapkan mampu mendatangkan sponsor. Dari sinilah nantinya radio akan mendapatkan finansial bagi perusahaannya, sehingga perusahaan akan tetap eksis di udara.

f) Kepala Bagian Komersial

Bertugas mengurus segala kegiatan yang berhubungan dengan periklanan seperti;

1. Membuat surat penawaran pemasangan iklan
2. Menerima order pemasangan iklan
3. Menyusun alokasi pemutaran iklan harian
4. Menyusun laporan siaran iklan bulanan untuk pertanggung jawaban kepada pemakai jasa periklanan

g) Penanggung Jawab/ Kepala Siar

1. Tugas penanggung jawab adalah dapat mengawasi masalah yang berkenaan dengan radio ataupun perusahaan, dengan sepengetahuan kepala siar/ penanggung jawab.
2. Penanggung jawab adalah orang nomor dua yang bertanggung jawab atas jalannya perusahaan. Sebab penanggung jawab inilah yang terlibat secara langsung yang nantinya laporan kerja dari perusahaan sebagai perusahaan jasa di bidang radio akan dilaporkan kepada direktur.

h) Kepala Bagian Keuangan

1. Mengatur kegiatan keuangan perusahaan
2. Melakukan pembukuan terhadap kegiatan keuangan yang terjadi
3. Bertanggung jawab atas segala kegiatan keuangan perusahaan.

i) Kepala Sub Bagian Promosi

1. Tugasnya mempromosikan perusahaan kepada konsumen- konsumen baik lokal maupun luar.
2. Bertanggung jawab terhadap fungsi penjualan, acara- acara yang ada pada perusahaan, dan promosi dengan tarif- tarif yang telah ditentukan oleh perusahaan.

j) Kepala Sub Bagian Tata Laksana Iklan

1. Tugasnya memberikan ketentuan- ketentuan tata aturan pemasangan iklan sesuai dengan kode etik kepada konsumen yang hendak mempromosikan perusahaannya melalui Radio Suara Akbar.
2. Bertanggung jawab terhadap pembuatan spot iklan yang dibuat oleh PT. Radio Suara Akbar.

k) Bagian Teknik

1. Bertugas sebagai pengontrol alat- alat teknik yang dipakai oleh perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya.
2. Bertanggung jawab terhadap bagian siaran.

l) Kepala Sub Bagian Produksi Siar

1. Bertugas mengawasi jalannya pekerjaan yang dilakukan oleh penyiar dalam menjalankan tugasnya untuk mengasuh acaranya.
2. Bertanggung jawab terhadap produksi siar yang berhubungan langsung dengan penyiar.

m) Bagian Administrasi / Kasir

1. Mencatat semua pengeluaran dan pemasukan keuangan yang terjadi setiap hari.
2. Mencatat dan mengumpulkan surat- surat dari pendengar dan mengirimkannya pada acara yang diinginkan.

3. Bertanggung jawab pada kepala bagian keuangan mengenai keluar masuknya uang.
4. Bertanggung jawab kepada kepala bagian siaran mengenai surat- surat yang masuk.

n) Penyiar/ Repoter

1. Penyiar bertugas secara langsung dalam penyampaian acara kepada pendengar. Dari sinilah dapat dilihat kepiawaian seorang penyiar dalam membawakan acaranya, sehingga konsumen tertarik untuk memasang iklan pada acara yang diasuhnya.
2. Reporter bertugas untuk mencari berita yang akan dibawakan oleh penyiar.

o) Administrasi Siar/ Diskotik

1. Bertugas sebagai pendata kaset- kaset yang masuk dari perusahaan rekaman yang hendak memasarkan kasetnya.
2. Bertugas untuk mengecek kekurangan- kekurangan yang ada yang berkenaan dengan masalah kaset.
3. Petugas diskotik juga bertugas menambah koleksi kaset- kaset yang terbaru, yang harus diedarkan oleh penyiar dalam mengasuh acaranya.

3.4. Tenaga Kerja Perusahaan

Jumlah karyawan di dalam PT. Radio Suara Akbar saat ini adalah sebanyak 33 orang yang terdiri dari :

- Pimpinan	:	1 (satu) orang
- Wakil pimpinan	:	1 (satu) orang
- Staf ahli siaran	:	1 (satu) orang
- KU. Komersial	:	1 (satu) orang
- KU. Keuangan	:	1 (satu) orang
- Komersial	:	1 (satu) orang
- PJ. Siar	:	1 (satu) orang
- Adm/ Kasir	:	1 (satu) orang
- Promosi	:	2 (dua) orang

- Tata laksana harian	:	1 (satu) orang
- Teknik	:	1 (satu) orang
- Perlengkapan	:	1 (satu) orang
- Adm. Siar Diskotik	:	1 (satu) orang
- Bagian Umum	:	2 (dua) orang
- Penyiar/ reporter	:	15 (lima belas) orang
		_____ (+)
		33 (tiga puluh tiga) orang

Tenaga kerja pada PT. Radio Suara Akbar ini tidak semuanya bekerja secara fulltimer. Yang termasuk ke dalam karyawan yang bekerja secara fulltimer adalah semua karyawan selain penyiar, karena penyiar yang bekerja pada PT. Radio Suara Akbar adalah karyawan yang bekerja secara honorer.

3.5. Jam Kerja Karyawan

Mengingat PT. Radio Suara Akbar ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa radio, maka jam kerja yang digunakan adalah non stop. Dengan jalan bergiliran yang dilakukan dengan petugas penyiar yang sedang bertugas, baik untuk menjaga acara yang bukan acara pokok maupun acara yang sedang diasuhnya. Karyawan *fulltimer* bekerja sesuai dengan peraturan waktu yang telah ditentukan oleh perusahaan dan telah disepakati. Karyawan fulltimer bekerja mulai pukul 08.00-16.00 WIB. Adapun penyiar bekerja sesuai dengan shift-nya masing-masing.

Sedangkan untuk jam kerja peserta Praktek Kerja Nyata melaksanakan kegiatannya sesuai dengan jam kerja yang ditetapkan perusahaan, yaitu dimulai pada jam 07.30 WIB sampai dengan jam 15.30 WIB dengan waktu istirahat pada pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB.

3.5.1. Sistem Upah Penyar/ Karyawan Honorer

Sistem upah yang berlaku pada PT. Radio Suara Akbar untuk karyawan yang bekerja secara fulltimer atau honorer dan ada yang dibayarkan setiap bulan untuk pegawai tetap. Untuk penyar berlaku sistem per jam. Dan ini juga dilihat dari acara yang diasuh penyar, berapa banyak acara yang diasuhnya, juga dikategorikan dalam kelas-kelas yang ada sesuai dengan ketentuan sebagai berikut :

- kelas A Rp 6. 000,-
- kelas B Rp 5. 000,-
- kelas C Rp 4. 000,-
- kelas D Rp 3. 000,-

3.6. Program- program acara yang ada di PT. Radio Suara Akbar

Adapun program- program acara yang di tawarkan PT. Radio Suara Akbar selaku perusahaan jasa bagi konsumennya atau masanya dari pagi hingga malam hari adalah sebagai berikut :

1) Jam 04.15- 05.00 WIB

Titian Fajar, yaitu acara yang bernuansa rohani dengan ceramah agama yang dilengkapi dengan tafsir Al Quran yang diasuh oleh para dai- dai kondang.

2) Jam 05.00- 07.00 WIB

Voice Of America (VOA), acara berita pagi yang disuarakan secara langsung atas kerja sama Akbar FM dengan VOA yang mengupas segala macam permasalahan di seluruh penjuru dunia, dimana acara ini menggunakan bahasa Indonesia sebagai bahasa pengantar.

3) Jam 07.00- 08.00 WIB

Biang Goyang 1, acara musik dangdut pada sesi pertama.

Acara ini disponsori oleh **Suzuki** dengan produk sepeda motor merek "Shogun".

4) Jam 08.00- 09.00 WIB

Biang Goyang 2, acara musik dangdut pada sesi kedua yang juga disponsori oleh **Suzuki** dengan produk sepeda motor merek "Shogun".

5) Jam 09.00- 11.00 WIB

Dangdut Bagaya, acara ini adalah acara musik yang bernuansa dangdut, yang dilengkapi dengan banyak taburan humor dan plesetan dan juga dangdut-dangdut remix, membuat para pendengar menjadi terhibur untuk selalu mengikutinya. Acara ini menggunakan bahasa pengantar bahasa Indonesia dan bahasa daerah.

6) Jam 11.00- 12.00 WIB

Lingkar Jember, acara yang menampilkan sekilas berita- berita terkini yang ada di Jember, yang diselengi dengan lagu- lagu pop lama yang bernuansa riang.

7) Jam 12.00- 13.00 WIB

Galery, acara yang menampilkan lagu- lagu yang bernuansa pop lama. Acara ini disponsori oleh **Velpo dan Yungsan Kapsul**.

8) Jam 13.00- 15.00 WIB

Kidung Kuning, acara yang khusus untuk menampilkan musik- musik Mandarin dan juga sebagai pengantar makan siang, dengan menggunakan bahasa Indonesia dan Mandarin sebagai bahasa pengantar.

9) Jam 15.00- 17.00 WIB

Kampuan. Pada sore hari Radio Suara Akbar menampilkan lagu- lagu dangdut dengan pernak- perniknya. Untaian kata ini bervariasi yang berisikan syair- syair dan pantun dengan menggunakan bahasa Madura, dengan gaya yang santun syair- syair dan pantunnya penuh apresiasi tentang sketsa kehidupan masyarakat.

Acara ini disponsori oleh **Strongpas/ Antangin JRG dan Pil Kita**.

10) Jam 17.00- 18.00 WIB

Titian Senja, sebuah acara muhibah rohani tentang diskusi keagamaan (Islam), membedah kitab- kitab standar pesantren dengan kemasam dan kitab- kitab yang populer.

11) Jam 18.00- 19.00 WIB

Seblang Wangi, acara yang dikhususkan mengemas lagu- lagu daerah Banyuwangi.

Acara ini dipnsori oleh PT. Konimex dengan produknya **Bodrex**.

12) Jam 19.00- 21.00 WIB

Trend Musik, ajang acara bagi kawula muda dengan menampilkan lagu- lagu pop Indonesia dan lagu Barat masa kini, sebagai teman belajar dan menggunakan bahasa pengantar bahasa Indonesia.

Acara ini dipnsori oleh **Jamu Monalisa**.

13) Jam 21.00- 23.00 WIB

Musik Malam, menampilkan sebuah acara musik yang bernuansa lama dengan bahasa pengantar bahasa Indonesia.

14) Jam 23.00- 24.00 WIB

Jawilan, acara tengah malam yang diselingi oleh dendang lagu- lagu daerah.

Acara ini disponsori oleh **Wisingki plus Bersih Darah, jamu Sinto, Jamu Batucur dan Kenman**.

Acara khusus hari Minggu :

1. Laga Dangdut Akbar FM: Gosip artis dan apresiasi musik dangdut dengan 20 tangga lagu dangdut Indonesia pilihan pendengar.
2. Laga Pop Akbar FM : Gosip seputar artis dan apresiasi musik pop Indonesia dengan 20 komposisi musik pop Indonesia pilihan pendengar.
3. BOMM : Bonus Malam Minggu, acara kuis dengan hadiah uang dan produk.
4. Wayang Kulit : Pemutaran kaset wayang kulit, malam Jumat setiap minggu terakhir (jam 21.00-04.00 WIB).

3.7. Produksi

3.7.1. Peralatan Produksi

Dalam perusahaan jasa, khususnya yang bergerak pada bidang radio, peralatan- peralatan produksi yang dipakai adalah sebagai berikut :

1. Pemancar AM (buatan sendiri)
2. Antene
3. Tape (Tcos, Toscom, Sony)
Buatan Jepang, ini bertahan sampai 15 tahun, dengan harga berkisar Rp 1,5-3 juta
4. Mixer (Toscom, Tesco)
Buatan Jepang, ini bertahan 10 tahun, dengan harga berkisar Rp 10 – 15 juta
5. Mic (Sennheiser)
6. Amplifier (Sansui)

3.7.2. Hasil Produksi

Program- program acara yang dikemas sedemikian rupa sehingga dapat dijual, baik kepada masa/ pendengar ataupun kepada agency/ biro iklan yang berkeinginan membeli produk yang ditawarkan dikemas sedemikian rupa sehingga menjadi acara yang diminati masa.

3.7.3. Proses Produksi

Membuat acara menjadi sedemikian menariknya agar diminati masyarakat. Juga dengan mengudarakan acara yang sudah dikemas dengan sebelumnya mengadakan observasi terhadap pendengar, apa yang diminta oleh pendengar dan sekiranya cocok untuk diudarkan.

Selain itu penyiar juga harus dituntut untuk bekerja dan menyajikan acara semenarik mungkin agar dapat diminati oleh masa. Membuat rating surat yang akan datang juga sebagian dari proses produksi untuk mengetahui apakah acara yang dibuat dapat diterima oleh masa dan menarik.

Membuat catatan surat- surat yang masuk dari masa untuk kemudian dapat dijadikan tolok ukur apakah acara yang dibuat untuk dapat diterima oleh masyarakat atau tidak.

3.8. Pemasaran

Dalam memasarkan hasil produksinya, karena PT. Radio Suara Akbar adalah perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang jasa maka tidak perlu terlalu memasarkan seperti layaknya perusahaan lain. Melainkan perusahaan harus meningkatkan kualitas dari jasa yang diberikan, yaitu melalui acara- acara yang disajikan di udara. Dan dari situlah dapat diketahui apakah pemasaran yang dilakukan perusahaan berhasil atau tidak. Apabila pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan berhasil, dan acara yang disajikan dapat diminati/ disukai oleh berbagai kalangan dari segmen nol sampai ke segmen tertinggi, maka pemasaran dianggap berhasil, sehingga para pelanggan yang hendak mempromosikan iklannya melalui radio akan semakin banyak.

Kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh PT. Radio Suara Akbar terkait dengan kegiatan periklanan yang dijalankannya, dimana periklanan merupakan salah satu faktor terpenting dalam pencapaian tujuan perusahaan. Untuk mencapainya dibutuhkan usaha, yaitu harus dihitung cara- cara pengelolaannya dan penataan prosedur administrasinya. Oleh karena itu periklanan yang merupakan suatu usaha pelayanan yang bergerak di bidang jasa dengan menjual iklan kepada masyarakat, harus meningkatkan profesionalisme kerja di bidangnya melalui peningkatan pelayanan yang menyeluruh dari semua bidang kerja agar tercapai efektivitas dan efisiensi usaha. Adapun kategori iklan yang ada pada PT. Radio Suara Akbar dibedakan menjadi dua macam. Pertama yaitu iklan yang bersifat komersial, maksudnya adalah bentuk iklan yang menawarkan hasil- hasil produksi atau barang- barang, misalnya ; barang- barang kebutuhan rumah tangga, bahan- bahan makanan, obat- obatan, alat- alat elektronika dan lain sebagainya. Sedangkan kategori yang kedua adalah iklan yang bersifat non komersial, maksudnya adalah bentuk iklan yang menawarkan jasa atau hal- hal yang bukan bersifat komersial, yaitu hal- hal mengenai

berita- berita keluarga yang misalnya berupa pemberitahuan kelahiran anak, berita kematian, program layanan masyarakat dan berbagai pemberitahuan penting lainnya.

Adapun kegiatan pemasaran lainnya yang ada pada bidang siaran radio yaitu dengan mengetengahkan hal- hal sebagai berikut :

1. Sejauh mana PT. Radio Suara Akbar berpengaruh terhadap audiens atau pendengar. Usaha untuk menuju hal ini adalah dengan melakukan beberapa aktivitas sebagai berikut :
 - a) Penyampaian angket- angket survei terhadap pendengar. Dengan penyampaian tersebut dapat diketahui jumlah audiens yang dimiliki radio dan juga dapat mengetahui apakah rubrik atau acara apa yang paling disukai dan tidak disukai, serta hal terpenting lainnya adalah segmentasi audiens yang memungkinkan untuk berubah.
 - b) Pelaksanaan acara pentas hiburan, dengan diadakan acara panggung hiburan maupun perlombaan dengan dukungan sponsor atau iklan tertentu yang secara langsung maupun tidak langsung akan melibatkan masyarakat luas. Dimana dengan adanya pemberitaan pentas hiburan maupun perlombaan yang melibatkan sponsor, peserta bisa mendapatkan informasi secara langsung dari siaran Radio Suara Akbar maupun dari sponsor atau iklan tertentu tersebut.
2. PT. Radio Suara Akbar dapat dikenal dikalangan perusahaan atau distributor pada umumnya dan biro iklan pada khususnya. Untuk mengetahui hal tersebut dapat dilihat sejauh mana interaksi dan respons dari masyarakat terhadap eksistensi PT. Radio Suara Akbar. Dari keadaan tersebut distributor dan biro iklan akan menilai apakah PT. Radio Suara Akbar cukup representatif untuk mengenalkan perusahaan dan merek produk atau jasanya.
Jadi faktor utama pengenalan PT. Radio Suara Akbar dikalangan perusahaan maupun distributor dan biro iklan adalah segmen pasar utama PT. Radio Suara Akbar. Menurut informasi dari PT. Radio Suara Akbar segmen pasar utamanya adalah masyarakat dari tingkat sosial ekonomi menengah, yang terkadang dari

tingkat ekonomi menengah kebawah dari segmen inilah maka produk- produk atau jasa konsumtif sehari- hari masyarakat diiklankan.



DMN Adv

Nomor NPWP : 01.796.606.0.002.000
 Alamat : Jl. Cipinang Elok II Blok AL - 3
 Jakarta Timur

ADVERTISING & MARKETING SERVICE

• JL. CIPINANG ELOK BLOK W 4 JAKARTA 13420
 TELP : (021) 8195920 FAX : (021) 85901773

SURAT ORDER

Kepada Yth : Bagian Iklan Radio Suara Akbar Jember	Nomor : 0349/HPM-SAK/IV/02 Tanggal : 6 Maret 2002 Lampiran : MP : 17/MPR/HPM/III/02
---	--

Media	: Radio
Station/Tempat	: Suara Akbar, Jember
Produk	: Happy Mie
Jenis	: Time Signal 30 detik
Frekwensi	: 6 x/hari
Periode Siar	: 15 April – 14 Mei 2002
Hari siar	: Senin – Minggu
Jam Siar	: Pk 07.00 ; 09.00 ; 10.00 ; 11.00 ; 13.00 ; 15.00
Total Biaya	: Rp. 4.000.000,-
Terbilang	: Empat juta rupiah
Keterangan	: Materi spot time signal sama dengan materi spot pada periode 15 Okt – 14 Nov 2001 & periode 15 Nov – 15 Des 2001

- Keterangan :**
1. Tujuh hari setelah masa siar, kwitansi, bukti siar, order asli (hal 1) dan faktur pajak sudah harus kami terima. Apabila tidak maka kami anggap tidak disiarkan. Mohon dilampirkan Nama dan No. Rekening untuk men-transfer pembayarannya.
 2. Apabila kami tidak ditarik PPN maka kami anggap harga yang tercantum di surat adalah harga total termasuk PPN dan masalah yang akan timbul di bidang perpajakan bukan tanggung jawab kami.
 3. Kami berhak menolak tanggung jawab dan pembayaran iklan yang pemasangannya tidak sesuai dengan order ini, kecuali penyimpangan itu dengan persetujuan atau atas permintaan kedua belah pihak.
 4. Pesanan ini sebagai pedoman, kami berhak membatalkan sebelum selesai, untuk iklan yang telah disiarkan akan dibayar sesuai dengan ketentuan.
 5. **Copy order Bagian Media setelah ditandatangani, mohon dikembalikan kepada kami dalam jangka waktu 3 hari setelah diterimanya surat order, apabila tidak dikembalikan kami anggap disiarkan sesuai ketentuan dalam order tersebut.**
 6. Apabila terjadi keterlambatan datangnya surat order, mohon dialokasikan ke hari-hari selanjutnya sesuai dengan jumlah spot di dalam surat order dalam periode yang sama.

Hormat kami,

Menyetujui,

Juta
 (PT DMN A)



Keterangan :

- Putih : Lampiran Tagihan
- Kuning : Arsip Radio
- Biru : Kembali ke Media DMN A
- Merah : Keuangan PT. DMN A

PT. RADIO
**SUARA
AKBAR**
FM 94.6
Jl. TRUNOJOYO No. 48
TELP. (0331) 484395, 485596, 425368
FAX: 484395
JEMBER 68137

KWITANSI
Nomor : 0005302

Campiran /

ELEK

Telah terima dari : PT. OMN ABADI JAKARTA

Banyaknya uang : **Empat Juta Empat Ratus Ribu Rupiah**

Buat bayar : IKLAN *
HAPPY AIE jenis TIME SIGNAL 30

NO. ORDER / Tgl : 0349 / HPM-SAK / 19 / 02 / 6 March 2002

PERIODE : I. Tgl 15 April 2002 s/d. 14 Mei 2002

II. Jan : 7, 9, 10, 11, 13, 15

III.

IV.

PERINCIAN PEMBAYARAN	
Bruto	: Rp. 4.000.000,00
Discount	: Rp. -
Netto	: Rp. 4.000.000,00
P.P.M. 10%	: Rp. 400.000,00
Jumlah	: Rp. 4.400.000,00

Rp. **4.400.000,00**

Jember, 15 May 2002
PT. RADIO SUARA AKBAR JEMBER

[Signature]
ABDURRACHMAN ABUBAKAR
Direktur

2005

marindo adv.

Order Order : JP/12.113/SD-1/97
 tanggal : 20/11/97

MEDIA ORDER

kepada Yth.

kepada Kepala Iklan

radio : SUARA AKBAR

alamat : JL. KAPITTI SELATAN NO. 25

kota : JEMBER

Iklan : SPONSOR DANGDUT

Acara :

Klien : P.T. SUPRA FERBINDO FARMA

PERIODE	WAKTU	FREKWENSI	TOTAL BIAYA
1/12/97 s/d 31/12/97	30 MENIT	31 hari @ 1	1.000.000,00 (NETTO)

M - JAM PENYIARAN :

12.30-13.00

catatan : - Spot OSKADON versi KADARYONO (PADURA), diutar 4x /acara.

Kwitansi dibuat atas nama :
 MARINDO ADVERTISING
 Jl. Gading Indah Utara VI / 17
 SURABAYA
 N.P.W.P. : 0.316.527.2.606

- PERHATIAN :
1. Bila pelaksanaan penyiaran iklan tidak dapat disetujui sesuai dengan order yang diminta, harap segera menghubungi kami.
 2. Kami berhak merubah / membatalkan order ini sebelum selesai masa penyiaran karena pembatalan dari Klien.
 3. Bukti penyiaran dan kwitansi harus sudah kami terima selambat-lambatnya 5 hari setelah selesai masa penyiaran bila melebihi dari batas waktu tersebut, segala resiko diluar tanggung jawab kami.
 4. Apabila dalam waktu 1 (satu) bulan setelah masa penyiaran kami tidak menerima tagihan serta bukti siaran, order tersebut kami anggap tidak dilaksanakan.
 5. Setiap melakukan penagihan harus membawa copy order yang berstempel UNTUK PENAGIHAN.
 6. Kami tidak akan membayar pemasangan iklan yang menyimpang dari ketentuan-ketentuan dalam order.
 7. Jadwal penagihan tanggal 5 s/d 12 setiap bulan.
- Dengan catatan : 4 (empat) lembar Kwitansi, Bukti Siaran & Faktur Pajak sudah kami terima terlebih dahulu.

Menyetujui :

[Signature]

marindo
 advertising

LOG SIARAN

Jl. Trunojoyo No. 56 Telp. 485596 - 484395
JEMBER

Hari :

Tanggal :

WIB	PROGRAM	MATERI SIARAN / LAGU / NO. CASS / CD	PETUGAS	KETERANGAN
		SELASA 05 MARET 2002		
04.25	TUNE ON		SYARIF	
04.30	TARTIL AL-QUR'AN	SURAT : OLEH : SYECH MAHMUD AL-HUSORI	KAS.	
04.	TITIAN FAJAR	BAHASAN : RANJAU-RANJAU IBADAH (28')		
04.	IRAMA GAMBUS	OLEH : KH TOHRI TOHIR		
05.00	V.O.A	SIARAN LANGSUNG KERJASAMA RSA DG V.O.A SYARIF (VOICE OF AMERICA)		
06.00	PARIWARA		SYARIF	
06.	V.O.A	SIARAN LANGSUNG KERJASAMA RSA DG V.O.A (VOICE OF AMERICA)		
06.	PARIWARA			
07.00	PARIWARA		IMAN	
07.	BANDAR MELAYU	PENGASUH : IMAN TOPIK : BAHAN MAKANAN CUMA CUKUP 1 BULAN		
		1. JANJIMU/ERI S	2397	
		2. TAKUT/POPPY	2432	
		3. BIMBANG/MACHICHA M	2437	
		4. RINDU/MEGGI Z	2444	
07.	PARIWARA			
08.00	PARIWARA		IMAN	
08.	BANDAR MELAYU	PENGASUH : IMAN TOPIK : PUGER PACEKLIK IKAN		
		1. SELIMUT BIRU/MEGA MUSTIKA	2623	
		2. MIRASANTIKA/RHOMA	2455	
		3. SAMA-SAMA OKE/HELVY M	2466	
		4. MAU LAGI/TRIO MIE	2453	
08.	PARIWARA			

PT. Radio SUARA AKBAR
 Jl. Trunojoyo No 56
 Tlp (0331) 485596, 484395
 Jember - Jawa Timur

BUKTI SIAR IKLAN

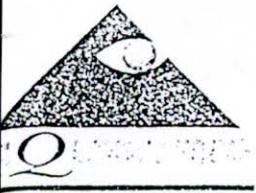
No. Order : 0349/HPM-SAK/IV/02
 Tanggal : 06/03/2002
 Product : HAPPY MIE jenis TIME SIGNAL 30
 Agency : PT. DMN ABADI JAKARTA
 Periode : 15/04/2002 s/d 14/05/2002

Tanggal	Jam Pemutaran														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
5/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
6/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
7/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
8/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
9/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
10/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
11/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
12/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
13/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
14/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
15/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
16/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
17/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
18/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
19/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
20/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
21/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
22/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
23/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
24/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
25/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
26/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
27/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
28/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
29/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
30/04	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
1/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
2/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
3/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
4/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
5/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
6/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
7/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
8/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
9/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
10/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
11/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
12/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
13/05	7.00	9.00	10.00	11.00	13.00	15.00									
14/05	7.00	9.00	10.00	11.00	14.00	15.00									

Jember, 15 - May - 2002

GATOT SUWARTO

Tata Laksana Iklan



Order Pemasangan iklan

No. : 066/IV/ORD/1999
Klien : PT. BINTANG TOBDJOE

Kepada
Yth. Kepala Bagian Iklan
TAMBO S. AKBAR
JEMBER

Harap disiarkan sesuai dengan ketentuan sebagai berikut.

jenis iklan : SPOT "KOMIX VS JAMIN"
tanggal penyiaran : 01 - 31 Mei 1999 (Tgl Ganjil)
frekuensi : 8x/hari tanggal ganjil Extra 4x/hari tanggal ganjil
waktu penyiaran : 07.00 - 17.00

harga : Rp. 1.287.000,- / bulan
potongan : -
yang dibayar : Rp. 1.287.000,- / bulan
ketentuan lain : Kuitansi a.n. : PT. AQUARIUS MALANG
Materi Iklan sudah ada di Radio Saudara

- ☛ Harap copy pesanan ini segera dikembalikan kepada kami paling lambat 3 (tiga) hari setelah disetujui serta dibubuhi cap dan tanda tangan.
- ☛ Kami berhak membatalkan pesanan ini sebelum selesai, dengan pembayaran harga yang berlaku untuk penyiaran yang telah dilaksanakan.
- ☛ Penyiaran yang bertentangan dengan pesanan ini adalah diluar tanggung jawab kami.
- ☛ Nota tagihan masing-masing rangkap 2 (dua) a.n. Klien dan Bukti Penyiaran dengan mencantumkan nomor order agar dikirim kepada kami paling lambat 7 (tujuh) hari setelah selesai disiarkan.

Malang, 27 April 1999
Bagian Media,

Disetujui,
Radio S. Akbar

AQUARIUS
[Signature]

Kepala Bagian Iklan

PT. RADIO SUARA AKBAR
 Jl Trunojoyo 56 Jember
 TLP : 485596 , 484395

April 2002

Halaman : 1

5 - 6		6 - 7		7 - 8		8 - 9	
		PARAMEX 45"	31	PARAMEX 45"	11	* SPN. ACARA *	
		CILIK 60"	32	HANSEL 60"	12	= SRONGPAS =	14
		TOLANG 60"	33	O M O 2 30"	13	= SRONGPAS =	26
		O M O 1 30"	34			= SRONGPAS =	39
		M O L T O 60"	35			= SRONGPAS =	48
		SHINTO 60"	36				
		SUN 3 30"	45	CLEAR 2 30"	26		
		SANAFLU 60"	46	VELPO 60"	27		
		HAPIMI 60"	47	SANAFLU 60"	28	D B O 30"	00
		I N Z A 30"	48			PARAMEX 45"	01
						CILIK 60"	02
						RINSO 4 60"	03
						M O L T O 60"	04
						SUN 3 30"	05
						SANAFLU 60"	06
		ADLIP OLYMPIC 30"	49				
		NGERONDA 60"	50				
		SAHARA 60"	51				
		SHOGUN 60"	52				
		PANTENE PD 60"	53	SHOGUN 60"	57		
		S I D O 60"	54	TOLANG 60"	58	KELINCI 60"	53
		RINSO 4 60"	55	NIAGA 60"	59	I N Z A 30"	17
		MONALISA 60"	56			HEMAVITON 60"	55
		CLEAR 1 30"	57			SHOGUN 60"	56
						S I D O 60"	57
						HAPIMI 60"	58
						DARIAL 8 60"	59
9 - 10		10 - 11		11 - 12		12 - 13	
T S T W 9		T S T W 10		T S T W 11		* SPN. ACARA *	
* SPN. ACARA *		* SPN. ACARA *		SHINTO 60"	01	= VELPO =	10
= ULTRAFLU =	12	= ULTRAFLU =	15	KELINCI 60"	02	= YUNGSAN =	20
= PILKIATT =	23	= PILKIATT =	25	I N Z A 30"	03	= VELPO =	30
= A. ULCAP =	26	= A. ULCAP =	27		04	= YUNGSAN =	40
= ULTRAFLU =	38	= ULTRAFLU =	37			= VELPO =	60
= PILKIATT =	43	= PILKIATT =	43	ADLIP OLYMPIC	26	= YUNGSAN =	51
= A. ULCAP =	46	= A. ULCAP =	47	HEMAVITON 60"	27		
				MONALISA 60"	28		
				SAHARA 60"	39	HEMAVITON 60"	01
DARIAL 9 60"	01	HEMAVITON 60"	01	BIG FOAM 1 60"	36	I N Z A 30"	02
M O L T O 60"	02	PANTENE PD 60"	02	SHOGUN 60"	37	SHOGUN 60"	03
VELPO 60"	03	DARIAL 10 60"	03			TOLANG 60"	04
SANAFLU 60"	04	PARAMEX 45"	04			HEMAVITON 60"	05
		HANSEL 60"	05	S I D O 60"	49	ADLIP SANAFLU	06
		SANAFLU 60"	06	NGERONDA 30"	41		
				PARAMEX 45"	42		
				BEIJING 1 60"	58		
HEMAVITON 60"	55	ADLIP SANAFLU	55	SANAFLU 60"	59	SANAFLU 60"	54
KUBAH 60"	56	O M O 1 30"	56			S I D O 60"	55
I N Z A 30"	57	I N Z A 30"	57			SAHARA 60"	56
SHOGUN 60"	58	M O L T O 60"	58			ADLIP HAIPING	57
TOLANG 60"	59	YUNGSAN 60"	59			PARAMEX 45"	58
		D B O 30"	60			NIAGA 60"	59

CATATAN : LIHAT KETERANGAN DI HALAMAN TERAKHIR



PROFIL RADIO

Data Umum

NAMA BADAN HUKUM	: PT. RADIO SUARA AKBAR
NAMA STASIUN RADIO	: AKBAR FM
ALAMAT	: Jl. Trunojoyo 56 JEMBER
	TELP. : 0331 - 485596, 484395, 425368
	FAX : 0331 - 484395
No. Anggota PRSSNI	: 163 - III/1978
Direktur/Penjab	: ABDURRAHMAN ABUBAKAR
Ka. Bag. Siaran	: Drs. SUPARTU
Ka. Bag. Pemasaran	: ABDURRAHMAN ABUBAKAR
Ka. Bag. Umum & Keu.	: ACHMAD HAKIM, SE

Data Siaran

SLOGAN RADIO	: SUARA PILIHAN ANDA
FORMAT SIARAN	: GENERAL
FORMAT SIARAN KATA	: DIALOG INTERAKTIF dan TALK SHOW
FORMAT MUSIK	PROGRAM UNGGULAN
☞ DANGDUT = 35 %	☞ BIANG GOYANG
☞ BARAT = 15 %	☞ DANGDUT BAGAYA
☞ DAERAH = 15 %	☞ KIDUNG KUNING
☞ QOSIDAH = 5 %	☞ KAMPOAN
☞ MANDARIN = 10 %	☞ JAWILAN
☞ Pop Indonesia = 20 %	

Data Teknik

PEMANCAR	: RVR 5000 WATT
ANTENA	: SIRA FMC-01/6-BAYS
TOWER	: STANDING 90 METER
RADIUS JANGKAUAN	
☞ UTARA	: BONDOWOSO
☞ TIMUR	: GENTENG - BANYUWANGI
☞ SELATAN	: AMBULU, PUGER, KENCONG
☞ BARAT	: LUMAJANG, PROBOLINGGO

Data Pendengar

SEX (%)	PENDIDIKAN (%)
PRIA : 40	SD Ke Bawah : 10
WANITA : 60	SLTP : 25
	SLTA : 40
	AKADEMI : 15
	SARJANA : 10
USIA (%)	SES (PEMBELANJAAN/BULAN) (%)
Kurang 20 : 10	A. Lebih dari Rp. 1.000.000,- : 15
20 - 29 : 30	B. Rp. 600.000,- s/d Rp. 1.000.000,- : 40
30 - 39 : 30	C. Rp. 400.000,- s/d Rp. 600.000,- : 30
40 - 49 : 20	D. Rp. 200.000,- s/d Rp. 400.000,- : 15
50 - Keatas : 10	E. Dibawah Rp. 200.000,- : 0

STATUS DAN KARAKTER PENDENGAR

Masyarakat Agraris dan Urban (Akrab, Ramah, Inklusif, Agamis)

ACARA dan SPONSOR



JAM	ACARA	LAGU	SPONSOR
04.15 - 05.00	TITIAN FAJAR	KHOSIDAH	-
05.00 - 07.00	VOICE OF AMERICA	BARAT	-
07.00 - 08.00	BIANG GOYANG 1	DANGDUT BARU	SUZUKI
08.00 - 09.00	BIANG GOYANG 2	DANGDUT BARU	SUZUKI
09.00 - 10.00	DANGDUT BAGAYA 1	DANGDUT REMIX	
10.00 - 11.00	DANGDUT BAGAYA 2	DANGDUT REMIX	
11.00 - 12.00	LINGKAR JEMBER	POP LAMA (RIANG)	
12.00 - 13.00	GALERY	POP LAMA	VELPO, YUNGSAN KAPSUL
13.00 - 14.00	KIDUNG KUNING 1	MANDARIN	
14.00 - 15.00	KIDUNG KUNING 2	MANDARIN	
15.00 - 16.00	KAMPOAN 1	DANGDUT LAMA	Strong pas/Antargin JRG
16.00 - 17.00	KAMPOAN 2	DANGDUT LAMA	PIL KITA
17.00 - 18.00	TITIAN SENJA	KHASIDAH	--
18.00 - 19.00	SEBLANG WANGI	BANYUWANGIAN	BODREX
19.00 - 20.00	TREND MUSIK 1	POP IND. BRT. BARU	-
20.00 - 21.00	TREND MUSIK 2	POP IND. BRT. BARU	MONALISA
21.00 - 22.00	MUSIK MALAM 1	BARAT LAMA	-
22.00 - 23.00	MUSIK MALAM 2	BARAT LAMA	-
23.00 - 24.00	JAWILAN 1	LAGU DAERAH	WISINGKI+BRSH DRH
24.00 - 01.00	JAWILAN 2	LAGU DAERAH	SHINTO, BT CUR, KENMAN

ACARA KHUSUS MINGGU

- LAGA DANGDUT AKBAR FM:** Gosip artis dan apresiasi musik dangdut. 20 tangga lagu dangdut Indonesia pilihan pendengar.
- LAGA POP AKBAR FM** : Gosip artis dan apresiasi musik pop Ind. 20 komposisi musik pop Ind. pilihan pendengar
- BOMM** : Bonus Malam Minggu. Ajang kuis dengan hadiah uang dan product.
- WAYANG KULIT** : Pemutaran kaset wayang kulit, malam Jum'at setiap minggu terakhir. Jam 21.00 – 04.00 wib



KARTU KONSULTASI
BIMBINGAN PRAKTEK KERJANYATA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER

N a m a : MAJIDAH
 Nomor Mahasiswa : 99.2.333
 Program Pendidikan : MANAJEMEN
 Program Studi : D III / ADM. KEUANGAN
 Judul Laporan : PELAKSANAAN ADMINISTRASI KEUANGAN
 PADA PEMASANGAN IKLAN PT. RADIO
 SUARA AKBAR JEMBER
 Pembimbing : Dra. Elok Sri Utami, Msi
 Tgl. Persetujuan : Mulai dari : 19 s/d.
 19.....

No.	Konsultasi pada tgl	Masalah yang dibicarakan	Tanda tangan Pembimbing
1	14 Maret 2002	Konsultasi judul proposal	1
2	26-4-2002	Konsultasi Bab I s/d III	2
3		Revisi	3
4		Bab I : Latar belakang masalah	4
5		" II : sesuai	5
6		" III - Gambaran umum singkat	6
7		sis	7
8		- Visualisasi formulir yang	8
9		ada -	9
10	9 Mei 2002	Ace Revisi.	10
11		Konsultasi Bab IV	11
12		Sesuaikan dgn kmr PKW.	12
13	13 Mei 2002	Ace. " Ujian	13
14			14
15	4 Juli 2002	Konsultasi Revisi Ujian.	15
16		Ace yg di konsultasikan dgn Pagiyo	16
17		yg merevisi.	17
18			18
19			19
20			20
21			21
22			22
23			23
24			24