

PERUBAHAN BAHASA TULIS KEDALAM BAHASA TUTUR
DALAM PEMBUATAN IKLAN RADIO

LAPORAN PRAKTEK KERJA NYATA



Hadiah	Klass
Penelitian	659.14
08 JAN 2008	KES
Pengatalog :	SFS
	P

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) Sastra Program Diploma III Bahasa Inggris pada Jurusan Sastra Inggris Fakultas Sastra Universitas Jember

Oleh :

Idamsyah Wijaya Kesuma
NIM : 040103101034

PROGRAM STUDI DIPLOMA III BAHASA INGGRIS
JURUSAN SASTRA INGGRIS
FAKULTAS SASTRA
UNIVERSITAS JEMBER

2007

h

PENGESAHAN

Penanggung jawab



M. Hasto Darnoto
Kabag Siaran

Dosen Pembimbing

Riskia Setiarini, S.S
NIP. 132310673

Disahkan Oleh :
Ketua Program D3 Bahasa Inggris

Drs. Wisasongko, MA
NIP. 131798138

Dekan Fakultas Sastra

Prof. Dr. Samudji, MA
NIP. 130531973

PENGESAHAN

Penanggung jawab



M. Hasto Darnoto
Kabag Siaran

Dosen Pembimbing

Riskia Setiarini, S.S
NIP. 132310673

Disahkan Oleh :
Ketua Program D3 Bahasa Inggris

Drs. Wisasongko, MA
NIP. 131798138

Dekan Fakultas Sastra



Prof. Dr. Samudji, MA
NIP. 130531973

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya penulisan laporan ini untuk

- ❖ Ayahanda H. M Soekamto dan Ibunda Hj. Sriyani tercinta terima kasih atas segala pengorbanan, nasehat, dan doa yang selalu mengiringi dalam mencapai kesuksesan.
- ❖ Bapak Sugeng Winarno, Spd dan Ibu Lilik Suliyati, Spd terima kasih atas support dan doanya.
- ❖ Kakak-kakakku:
 - Dr. Bambang Hari Purnomo, MA thank's for your support, advice, and for being a good brother. Mbak Eny, terimakasih untuk doa dan dukungannya selama ini.
 - Mas Yanto beserta keluarga, Mas Rudi, Mas Viendy
Terima kasih atas semangat dan doanya hingga aku dapat menyelesaikan study dengan lancar.
- ❖ My soulmate, Viena W Andriani. Thank's for everything that you have given to me. Kehadiranmu membawa perubahan besar dalam hidupku. Thank's for your patience, support, help, and for your everlasting love.
- ❖ Keluarga besar MASGA 86, kebersamaan dan kerukunan yang kita jalani selama ini akan jadi kenangan yang tak terlupakan.
- ❖ Temanku Richy Jepri Karnain, Anggaristya, dan Bagoez terima kasih atas kerjasamanya dalam menyelesaikan laporan ini.
- ❖ Terima kasih Almamaterku tercinta.

MOTTO

Karakter tidak bisa dikembangkan dalam keadaan nyaman, hanya melalui percobaan dan penderitaan jiwa bisa diperkuat, ambisi dilahirkan dan keberhasilan dicapai

By: Hellen Keller

Apakah saya gagal atau sukses bukanlah hasil perbuatan orang lain. Sayalah yang menjadi pendorong diri sendiri

By: Elaine Maxwell

Yang tragis adalah orang yang seumur hidupnya tidak pernah mengerahkan seluruh kemampuan maksimalnya

By: Arnold Bennet

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur saya panjatkan pada Allah SWT , yang telah melimpahkan taufik dan rahmatNya sehingga saya bisa menyelesaikan penyusunan laporan ini, dengan judul “Perubahan Bahasa Tulis Kedalam Bahasa Tutar Dalam Pembuatan Iklan Radio.” Karya tulis ini dimaksudkan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan di fakultas sastra Diploma III bahasa Inggris Universitas Negeri Jember

Saya sangat menyadari penulisan laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, serta masih banyak kekurangan-kekurangannya walaupun saya telah berusaha dengan kemampuan yang saya miliki, mengingat saya sebagai manusia yang masih jauh dari kebenaran dan kesempurnaan. Maka dari itu saran maupun masukan yang membangun dari pihak manapun akan saya terima dengan pintu terbuka, demi kebaikan dan kesempurnaan isi dari laporan ini.

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu penulis baik mulai dari proses pengajuan PKN sampai terselesaikannya laporan ini, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Samudji, MA, selaku dekan Fakultas Sastra
2. Bapak Drs. Wisasongko, MA, selaku Ketua Program Diploma III Bahasa Inggris Fakultas Sastra
3. Dra. Dina Dyah K. MA, selaku dosen wali
4. Ibu Riskia Setiarini, SS, selaku Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji
5. Bapak M Hasto Darnoto selaku Kepala Bagian Penyiaran dan segenap karyawan PT. Radio Prosalina Jember
6. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyusunan laporan ini terutama keluarga dan teman-temanku

Demikian pengantar dari saya semoga laporan yang jauh dari sempurna dan sederhana ini dapat bermanfaat bagi yang membutuhkan dan bisa memenuhi apa yang diharapkan.



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAKSI	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	1
1.3. Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata	1
1.3.1. Tujuan Praktek Kerja Nyata	2
1.3.2. Manfaat Praktek Kerja Nyata	2
1.4. Waktu Praktek Kerja Nyata	3
1.5. Praktek Kerja Nyata	3
1.6. Prosedure Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Periklanan Radio	4
2.1.1 Perkembangan Periklanan di Radio	4
2.1.2 Kelebihan dan Kekurangan Radio	5
2.2 Persyaratan Kopi Iklan Menurut Onong U. Efendi	6
2.2.1 Ketentuan Sebelum Membaca Iklan Radio	6
2.2.2 Jenis-jenis Iklan Radio	8
2.2.3 Pengelolaan Iklan di Radio	10
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
3.1 Sejarah Perusahaan	11
3.2 Lokasi dan Tata Letak PT. Radio Prosalina	11
3.3 Tujuan Perusahaan	11
3.4 Struktur Organisasi Perusahaan	12
BAB IV. PEMBAHASAN	17
4.1 Perbedaan Media Iklan Radio dengan Media Iklan yang Lain	17
4.1.1 Media Iklan	17
4.1.2 Media Cetak	19
4.2 Perubahan Bentuk Iklan dari Bahasa Tulis Menjadi Bahasa Tutur dalam Iklan Radio	20
4.2.1 Penyusunan Naskah Iklan Radio	20
4.2.2 Pemilihan Kata/Istilah Bahasa Inggris untuk Penyusunan Naskah Iklan Radio	21

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	26
5.1 Kesimpulan	26
5.2 Saran.....	27
5.2.1 Saran Bagi Prosalina FM	27
5.2.2 Saran Bagi Program D III Bahasa Inggris.....	28
5.2.3 Saran Bagi Mahasiswa	28
DAFTAR PUSTAKA	



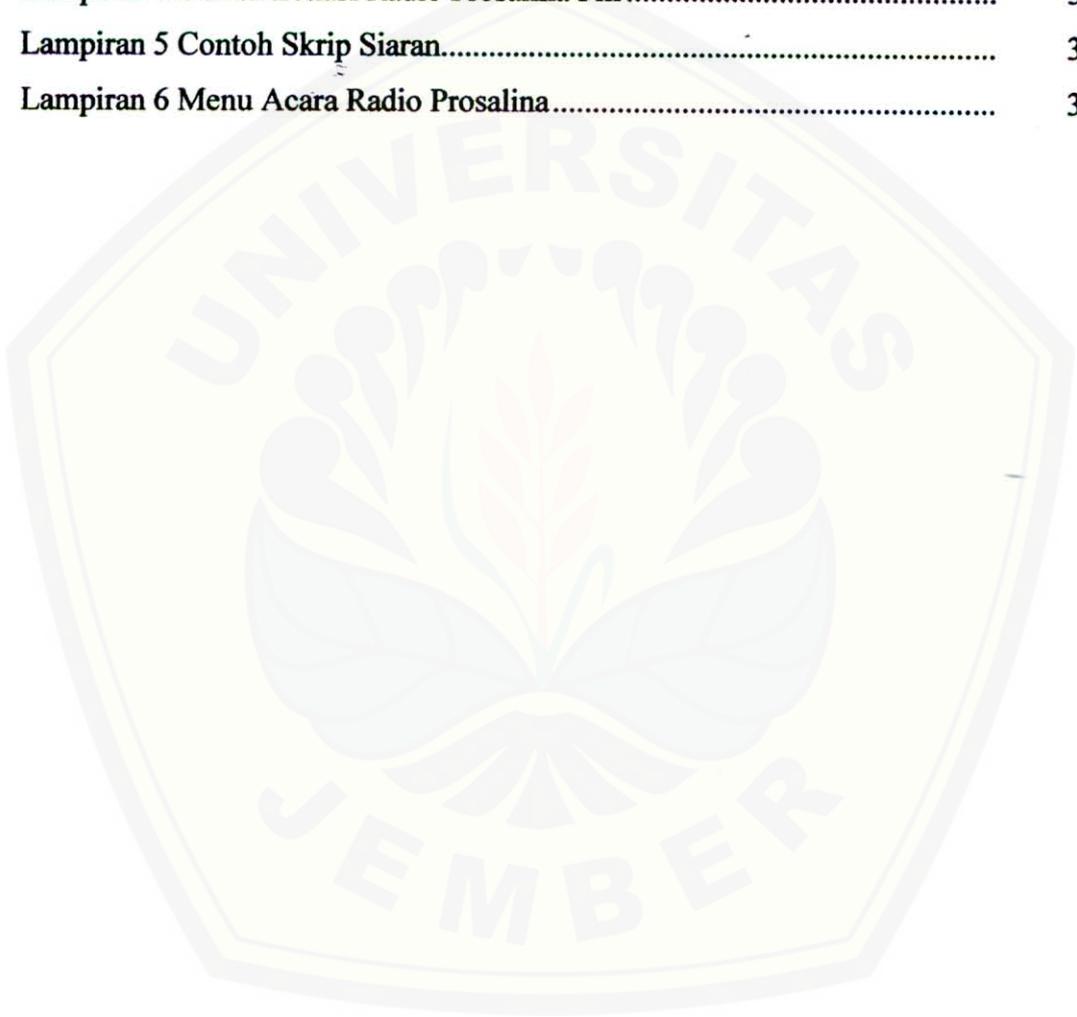
DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1 Struktur Organisasi Perusahaan	13
Bagan 2 Sistematika Produksi dan Siaran Pada Radio Prosalina Fm	32
Bagan 3 Kronologis Penyusunan Mata Acara	33



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 <i>Advertising Rates</i>	31
Lampiran 2 Sistematika Produksi dan Siaran pada Radio Prosalina Fm	32
Lampiran 3 Kronologis Penyusunan Mata Acara	33
Lampiran 4 Denah Lokasi Radio Prosalina Fm	34
Lampiran 5 Contoh Skrip Siaran.....	35
Lampiran 6 Menu Acara Radio Prosalina.....	38



ABSTRAKSI

Dewasa ini persaingan antar perusahaan barang maupun jasa sangatlah ketat. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mampu mendekati konsumen dengan berbagai macam cara, salah satunya adalah melalui periklanan. Iklan merupakan sarana yang efektif untuk mempromosikan berbagai macam produk yang dibutuhkan masyarakat. Iklan juga menjadi salah satu cara mudah bagi para produsen untuk menarik perhatian para konsumen. Media-media komunikasi merupakan media yang tepat untuk mempromosikan berbagai macam produk iklan tersebut. Seperti yang kita ketahui, media komunikasi adalah media yang sangat dekat dengan masyarakat. Salah satunya adalah radio, yang dimiliki oleh hampir semua lapisan masyarakat. Untuk itu penulis memilih RADIO PROSALINA sebagai tempat Praktek Kerja Nyata, dan memfokuskan laporan pada iklan. Penulis ingin mengetahui lebih banyak tentang bagaimana penggunaan dan pemilihan istilah bahasa, baik bahasa Indonesia maupun bahasa asing, yang tepat sebagai bahasa iklan di radio. Berdasarkan uraian tersebut maka penulis merealisasikannya dalam bentuk laporan yang berjudul **“PERUBAHAN BAHASA TULIS KEDALAM BAHASA TUTUR DALAM PEMBUATAN IKLAN RADIO”**



- BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Periklanan sangat penting dalam kehidupan dunia modern saat ini. Para pengiklan harus membuat iklan dengan bahasa yang menarik dan dapat meyakinkan para konsumen. Seperti yang kita ketahui, bahwa media iklan khususnya iklan radio sangat berbeda dengan media iklan yang lain seperti media iklan televisi, internet, surat kabar, majalah, dan lain sebagainya. Penyampaian iklan melalui radio hanya dengan suara tanpa dapat menampilkan bentuk maupun gambar dari produk iklan yang ditawarkan.

Pembuatan bahasa iklan radio tidaklah mudah melainkan harus melalui beberapa tahapan-tahapan penulisan untuk mencapai kesempurnaan, mulai dari bentuk iklan tertulis menjadi bentuk iklan radio yang benar untuk mudah dibaca oleh penyiar dan mudah pula dimengerti oleh para pendengarnya. Dari latar belakang tersebut maka penulis menuangkannya dalam bentuk laporan yang berjudul PERUBAHAN BAHASA TULIS KEDALAM BAHASA TUTUR DALAM PEMBUATAN IKLAN RADIO.

1.2 Rumusan Permasalahan

Berdasarkan kondisi obyektif dari permasalahan sebagaimana di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Apa perbedaan media iklan radio dengan media iklan yang lain?
2. Bagaimana merubah bentuk iklan dari bahasa tulis menjadi bahasa tutur dalam iklan radio?

1.3 Tujuan dan Manfaat Praktek Kerja Nyata

Praktek kerja nyata bagi mahasiswa merupakan bagian dari proses belajar yang berdasarkan pengalaman di luar sistem proses belajar di lingkungan kampus.

Setelah melaksanakan kegiatan tersebut, diharapkan mahasiswa dapat memperoleh pemahaman yang tidak hanya bersifat teoritis, melainkan juga praktis yang meliputi keterampilan fisik, intelektual dan sosial. Dalam rangka perluasan cakrawala pemahaman, setiap mahasiswa dianjurkan untuk dapat terjun langsung dalam kegiatan yang ada di tempat pelaksanaan Praktek Kerja Nyata.

1.3.1 Tujuan Praktek Kerja Nyata

1. Untuk mengetahui proses pembuatan skrip iklan dan skrip siaran di Radio Prosalina FM, serta sejauh mana peran Bahasa Inggris di dalamnya.
2. Menambah pemahaman mahasiswa dalam kegiatan perusahaan atau instansi agar mahasiswa siap bekerja dengan pengalaman yang didapat.
3. Melatih mahasiswa mengerjakan pekerjaan di lapangan atau melakukan serangkaian keterampilan yang sesuai dengan jurusan yang diambilnya, juga melatih mahasiswa berfikir kritis dan dapat menggunakan daya nalarnya terhadap kegiatan dalam bentuk laporan yang dibukukan.

1.3.2 Manfaat Praktek Kerja Nyata

1. Bagi mahasiswa
 - a. Sebagai bahan penyusunan tugas akhir program D III Bahasa Inggris.
 - b. Menambah pengetahuan dalam dunia periklanan radio, yang meliputi pembuatan skrip iklan, dari bahasa tulis ke dalam bahasa tutur atau bahasa siaran.
 - c. Memperluas wawasan, pengalaman dan keterampilan mahasiswa.
2. Bagi Universitas

Menambah hubungan yang erat antara pihak Universitas dengan pihak prosalina untuk menambah wawasan kepada mahasiswanya dalam kegiatan yang diwajibkan.

3. Bagi Prosalina

Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar mengetahui tentang pembuatan skrip iklan, cara siaran, dan sejauh mana peran radio dalam melaksanakan kegiatannya bagi masyarakat.

1.4 Waktu Praktek Kerja Nyata

Praktek kerja Nyata ini dilaksanakan mulai tanggal 2 Juli sampai 18 Agustus 2007, yaitu dilaksanakan selama 4 hari jam kerja.

1.5 Praktek Kerja Nyata

Sesuai dengan tempat yang telah dipilih oleh mahasiswa dan disetujui oleh Ketua Program D III Bahasa Inggris, Praktek Kerja Nyata ini dilaksanakan di Radio Prosalina FM.

1.6 Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Nyata

1. Menentukan tempat pelaksanaan PKN.
2. Mendaftarkan diri ke bagian Akademik Fakultas Sastra.
3. Menyerahkan formulir dan meminta bukti kesediaan instansi.
4. Mengikuti pembekalan.
5. Menyusun daftar kegiatan.
6. Melaksanakan PKN.
7. Mengumpulkan data yang diperlukan untuk penyusunan tugas akhir.
8. Konsultasi kontinyu dengan dosen pembimbing.
9. Mengajukan abstraksi judul kepada Ketua Program.
10. Menyusun laporan PKN.



BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Periklanan di Radio

2.1.1 Perkembangan Periklanan di Radio

Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon konsumen yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya. Menurut Jefkins (1997: 101) pentingnya radio sebagai media iklan dapat diketahui dari karakteristik dan nilai yang diuraikan sebagai berikut:

a. Kemampuan Banyak Orang Untuk Membeli Radio

Bukan merupakan hal yang sulit untuk membeli satu set radio, karena harganya memang murah dan telah banyak terdapat radio transistor portable yang menggunakan baterai. Jasa penyebaran informasi melalui radio merupakan hal yang lazim dan merupakan kebutuhan pokok bagi setiap pemiliknya.

b. Ketajaman Penetrasi

Dengan tersedianya sinyal yang kuat, radio dapat mencapai pendengar yang banyak pada jarak yang jauh atau dalam suatu wilayah yang luas. Radio merupakan media terhandal yang dapat menjangkau masyarakat yang tidak memiliki akses ke media yang lain, terutama yang memiliki kendala faktor geografis dan orang-orang yang buta huruf dan tuna netra. Sementara itu radio dapat juga dioperasikan dengan baterai atau accu mobil untuk mengatasi masalah ketiadaan listrik.

c. Fungsi Hiburan

Fungsi ini terlihat dari siarannya yang menggunakan media suara, baik vokal ataupun musikal. Radio adalah sarana iklan yang lain karena memiliki efek suara yang dapat memberi kesan bagi pendengarnya.

d. Faktor Psikologis

Radio memiliki nilai psikologis sebagai “*teman setia*”. Banyak orang mendengarkan radio untuk menghindarkan rasa sepi dan menimbulkan kesan bahwa disampingnya ada sahabat yang setia.

e. Waktu Transmisi Tidak Terbatas

Radio memiliki program-program siaran yang disiarkan hampir sepanjang hari bahkan banyak yang mengudara selama dua puluh empat jam non-stop.

2.1.2 Kelebihan dan Kekurangan Radio

Radio adalah media populer bagi periklanan eceran lokal karena biayanya yang relatif rendah dan cakupan lokalnya. Meski demikian, ini tidak berlaku bagi setiap pengiklan. Seandainya para pengecer menggunakan radio dengan tepat untuk mempromosikan produk-produk mereka, toko mereka akan memetik keuntungan dari periklanan. Menurut Monle Lee dan Carla Johnson (1999: 275-276)

Kelebihan radio:

1. Radio bersifat luwes. Iklan-iklan dapat diudarkan hampir kapan pun diinginkan dan hanya memerlukan perhatian awal yang singkat.
2. Komersial-komersial radio juga tidak mahal untuk diproduksi. Komersial-komersial yang langsung dibaca oleh penyiar adalah yang termurah karena menghapuskan biaya produksi. Biaya waktu radio juga relatif rendah. Rendahnya biaya radio juga berarti bahwa, berdasarkan sebuah anggaran tetap, para pengiklan dapat memperluas jangkauan dan frekuensi di dalam jadwal media mereka.
3. Radio dapat menjangkau khalayak spesifik (khusus), seperti kaum pria, wanita, orang-orang lanjut usia dan pasar-pasar etnik.

Kelemahan radio:

1. Radio hanyalah sebuah media yang didengarkan, dan para pendengar tidak dapat melihat produk yang diiklankan. Oleh karenanya, radio tidak akan

tepat bagi periklanan yang membutuhkan demonstrasi. Para pendengar juga perlu mendengarkan komersial lebih dari sekali agar bisa efektif.

2. Satu masalah lain menyangkut radio adalah tingginya tingkat fragmentasi khalayak yang terjadi karena banyaknya jumlah stasiun. Para pendengar radio dapat memilih satu dari sekian banyak stasiun, dan persentase pasar yang setia pada stasiun tertentu biasanya sangat kecil. Jadi, para pengiklan mungkin harus memberi waktu pada sejumlah stasiun untuk mendapatkan jangkauan luas, bahkan di sebuah pasar lokal. Para pengiklan harus berurusan dengan setiap stasiun radio, termasuk dalam penentuan harga yang akan disepakati.

2.2 Persyaratan Kopi Iklan

2.2.1 Ketentuan Sebelum Membaca Iklan Radio

Sebelum iklan dibacakan dalam bentuk siaran radio hendaknya dituliskan terlebih dahulu melalui ketentuan-ketentuan sebagai berikut. Menurut Onong U. Efendi (1992: 106)

a. Hendaknya singkat (*be brief*)

Kopi iklan hendaknya singkat, tetapi bercerita banyak.

1. Setiap kalimat hendaknya dikaji
2. Setiap kata hendaknya ditimbang-timbang
3. Kata-kata yang mubazir agar dihilangkan

b. Hendaknya jelas (*be clear*)

Iklan yang tidak jelas tidaklah efektif. Suatu analisis yang dilakukan terhadap beberapa ribu iklan (di Amerika Serikat) menunjukkan bahwa ketidakjelasan iklan disebabkan tiga kesalahan :

1. Penggunaan kata-kata yang maknanya tidak dimengerti oleh khalayak
2. Pemilihan kata-kata dan penggunaannya yang tidak benar
3. Penyusunan kalimatnya yang berdwarti (*ambiguous*)

c. Hendaknya tepat (*be apt*) .

Kopi iklan hendaknya tepat kena sasaran.

1. Yang dituju adalah kebutuhan dan keinginan (*needs and wants*) khalayak
2. Hendaknya dikaji sifat manusiawi (*human nature*)
3. Kopi iklan menjual melalui kekuatan sugesti (*imitasi-identifikasi-simpati*)

d. Hendaknya memikat (*be interesting*)

Tujuan penyusun iklan adalah membangkitkan kegairahan pada khalayak yang dijadikan sasaran, tetapi sebelum timbul kegairahan, harus terlebih dahulu dipikat perhatiannya.

1. Kopi iklan yang tidak menarik adalah yang beku, kaku, dan tidak ramah
2. Dalam penulisan iklan, emosi dan perasaan sangat berperan penting
3. Hendaknya spesifik, dan jangan membuat kopi yang terlalu panjang

e. Hendaknya bersifat pribadi (*be personal*)

Penyusunan kopi iklan berkaitan dengan prospek.

1. Hendaknya menyusun kopi iklan dari prospek menuju produk, bukan dari produk menuju ke prospek
2. Susunlah iklan yang bersifat pribadi, meskipun khalayak yang dituju adalah banyak
3. Timbulkan kesan tertentu pada pribadi-pribadi dari khalayak

Terdapat dua jenis himbauan yang hendaknya menjadi perhatian ketika menyusun iklan. Berikut ini adalah keterangan beserta contoh-contohnya :

1. Himbauan kelompok (*group appeal*)

- “Inilah sepeda motor pertama buatan Indonesia. Dipakai tua maupun muda di seluruh nusantara.”

2. Himbauan pribadi (*personal appeal*)

- “Sepeda motor pertama buatan Indonesia untuk anda sekeluarga. Lancar dan nyaman.”

Iklan yang bersifat pribadi terpusatkan kepada prospek. Faktor pribadi merupakan ukuran bagi kepentingan seseorang dalam suatu iklan. Karena itu, *personalized copy* menyajikan sesuatu yang menyangkut kepentingan secara pribadi dalam iklan.

f. Hendaknya sungguh-sungguh dan meyakinkan (*be sincere and convincing*). Kesungguhan dan penanaman keyakinan dalam iklan dapat ditampilkan dengan :

1. Menyusun kata, kalimat dan alinea dengan seksama. Sebuah kalimat sebaiknya tidak lebih dari 15 kata agar dapat mengekspresikan pikiran secara yang merupakan bantuan bagi khalayak untuk dapat menangkap ide yang diterimanya lebih cepat
2. Menghindarkan kopi iklan yang monoton dengan cara menyusun struktur kalimat yang bervariasi
3. Menyusun kalimat yang singkat dengan memperhatikan penekanan, sehingga mampu membangkitkan perhatian dan membina minat khalayak

2.2.2 Jenis-jenis Iklan Radio Menurut Onong U. Efendi (1992: 108)

Pada umumnya iklan radio terdiri dari tiga jenis :

1. Iklan yang dibacakan
2. Iklan yang diolah dengan musik dan efek suara
3. Iklan dalam bentuk acara yang disponsori (*sponsored programme*)

1. Iklan yang dibacakan

Iklan yang dibacakan ialah iklan yang paling sederhana dan yang murah tarifnya. Naskah iklan jenis ini dibacakan oleh seorang atau dua orang penyiar, tergantung dari isi naskahnya sendiri. Ada naskah yang berbentuk

dialog antara dua orang yang terdiri dari masing-masing seorang pria dan wanita, atau kedua-duanya pria atau kedua-duanya wanita, tergantung dari keperluan. Ada juga yang tidak berbentuk dialog, melainkan anjuran biasa yang dibacakan oleh seorang penyiar. Tarif iklan tersebut paling murah, oleh karena paling sederhana pembuatannya dan paling singkat waktunya.

2. Iklan yang diolah dengan musik dan efek suara

Iklan jenis yang kedua ini lebih menarik daripada jenis yang pertama, karena mengandung segi hiburan dan gambaran suasana. Efek suara dapat menggambarkan suasana, seperti suasana pesta, dan sebagainya. Iklan mengenai minuman dapat dibumbui efek suara yang menggambarkan suasana dalam pesta, obat pilek diberi suasana hujan, dan lain-lain.

Jenis musikpun dapat disesuaikan dengan isi iklan. Lagu-lagu Indonesia atau daerah banyak yang disesuaikan dengan isi iklan. Untuk ini si pemasang iklan dapat berhubungan dan mengadakan pembicaraan dengan para petugas periklanan di stasiun radio siaran bersangkutan. Iklan jenis itu harus diolah terlebih dahulu. Karena itu tarifnya lebih mahal.

3. Iklan acara yang disponsori

Iklan radio jenis ketiga ini ialah dalam bentuk acara yang disponsori atau "*sponsored programme*". Seseorang atau sebuah organisasi (biasanya perusahaan) memesan sejumlah waktu: 15 menit, 30 menit, atau 1 jam, tergantung dari yang diinginkan. Stasiun radio siaran hanya menjual waktu, sedang pengisian acara diserahkan kepada pemesan. Acara dapat berbentuk musik hidup yang dimainkan oleh band terkenal dengan lagu yang terkenal pula.

Di Indonesia cara menghitung tarif iklan radio belum terdapat keseragaman. Ada yang menghitung perkali ada yang permenit. Di luar negeri iklan radio dihitung permenit.

Waktu siaran (pagi, siang, malam), baik di Indonesia maupun di luar negeri dijadikan pula dasar perhitungan tarif. Iklan yang disiarkan pada

malam hari, lebih mahal tarifnya daripada iklan yang disiarkan pada waktu-waktu lainnya karena pada malam hari para pendengar lebih banyak di rumah. Dan lagi pula, siaran radio lebih jelas dapat ditangkap pada malam hari daripada waktu-waktu lainnya.

2.2.3 Pengelolaan Iklan di Radio

Pengelolaan iklan di radio harus memperhatikan manfaat lebih (*Competitive Advantage*) yang dapat dikomunikasikan baik secara langsung melalui penjualan, maupun secara tak langsung melalui promosi. Promosi iklan di radio ditujukan untuk calon pendengar dan calon pengiklan saja. Tujuan yang diharapkan dari upaya promosi dan penjualan adalah timbulnya kepercayaan untuk meningkatkan permintaan (*demand*) dari siaran iklan di stasiun radio tersebut.



BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

3.1 Sejarah Perusahaan

PT. Radio Prosalina FM didirikan oleh Bapak Luthfi Abdullah. Pada tahun 1985, Bapak Luthfi Abdullah mengajukan permohonan izin mendirikan stasiun radio kepada pihak Departemen Penerangan Republik Indonesia, Departemen Pos dan Telekomunikasi. Pada tahun 1989 PT. Prosaliriknada atau Prosalina FM mendapatkan izin. Izin tersebut juga diakui oleh Persatuan Radio Swasta Niaga Indonesia (PRSNI) dengan nomor anggota 507 – 111 / 1989. Berdasarkan surat izin tersebut PT. Radio Prosalina FM akhirnya melakukan siaran percobaan, sedangkan siaran penuh dilakukan tepat pada tanggal 9 Desember 1989.

3.2 Lokasi dan Tata Letak PT. Radio Prosalina

Kantor PT. Radio Prosalina FM berada di jalan karimata 98 kecamatan Sumbersari kabupaten Jember. Keberadaan Radio Prosalina FM yang dekat dengan kampus Universitas Jember, Universitas Muhammadiyah dan lembaga pendidikan lainnya, membuat Radio Prosalina FM lebih memilih segmentasi pendengar dari kalangan para mahasiswa, pelajar dan kaum intelektual.

3.3 Tujuan Perusahaan

Perusahaan yang didirikan pasti mempunyai tujuan tertentu yang telah ditetapkan pada waktu pendirian, sehingga tujuan tersebut akan menentukan dan memberikan arahan bagi pimpinan perusahaan dan karyawannya dalam menjalankan aktifitasnya. Tujuan tersebut dapat berubah ataupun tetap tergantung dari kebijakan perusahaan itu sendiri.

Tujuan setiap perusahaan secara general dapat dikatakan berorientasi pada laba (*profit oriented*). Hal tersebut sangat penting dalam kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, namun secara fisik tujuan setiap perusahaan

tersebut berbeda. Radio Prosalina FM sebagai organisasi bisnis yang bergerak di bidang broadcasting mempunyai tujuan-tujuan antara lain :

1. Menyediakan sarana untuk meningkatkan dinamika masyarakat.
2. Sebagai sebuah stasiun radio swasta yang berdiri di Jember, radio Prosalina bertujuan untuk bisa meningkatkan dinamika masyarakat. Hal ini sejalan dengan fungsi radio sebagai media hiburan, informasi, dan iklan. Dengan landasan itulah Radio Prosalina FM ingin menyajikan yang terbaik sesuai dengan perubahan kebutuhan, keinginan dan selera masyarakat / pendengar di seluruh jangkauan.
3. Menyediakan sarana untuk meningkatkan pendidikan dan kepekaan sosial.
4. Radio Prosalina FM mempunyai daya jangkauan yang luas sehingga bisa mewarnai dari sisi pendidikan dan kepekaan sosial. Globalisasi di segala bidang mendorong Radio Prosalina FM untuk lebih berperan dalam menyediakan sarana pendidikan dari sisi hukum, sosial dan budaya.

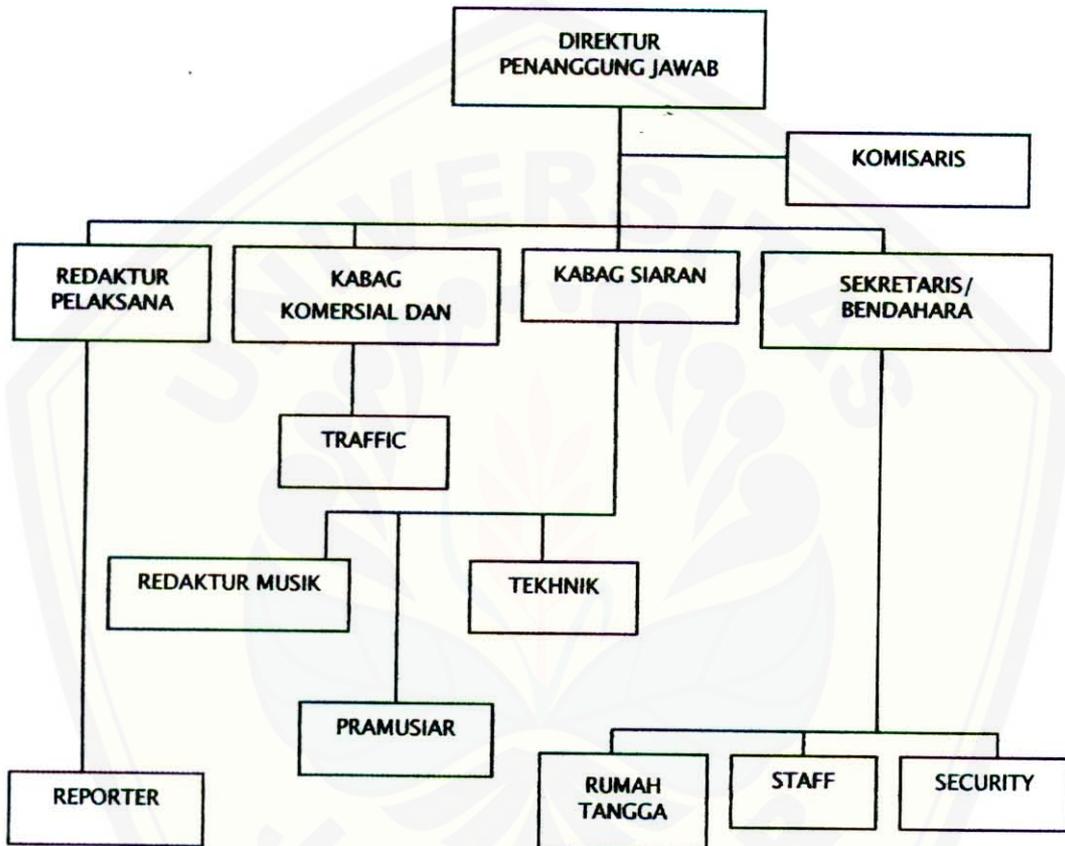
3.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi bisnis berbadan hukum mempunyai struktur organisasi yang jelas untuk mengadakan pembagian tugas dan mendelegasikan wewenang pada masing-masing jabatan. Organisasi merupakan sejumlah kegiatan manusia untuk mencapai tujuan yang ditetapkan bersama melalui pembagian tugas dan fungsi yang disertai dengan serangkaian wewenang dan tanggung jawab.

Struktur organisasi yang jelas menegaskan pula koordinasi tertentu untuk memastikan kegiatan karyawan setelah terlebih dahulu ditentukan surat jenjang kewenangan untuk membentuk koordinasi dari masing-masing bagian guna meyakinkan aktifitas dalam satu arah. Masing-masing bagian yang berbeda dalam organisasi dapat menimbulkan ketidakselarasan langkah, karena dimungkinkan terjadi adanya suatu sasaran yang bersifat kontradiktif dari masing-masing unit kegiatan. Hal ini merupakan masalah mendasar bagi tiap organisasi untuk menjamin

prestasi menyeluruh yang efektif. Disini peran dan fungsi struktur organisasi untuk mengintegrasikan aktifitas bisnis perusahaan.

Struktur organisasi PT. Radio Prosalina FM Jember dengan tugas dan tanggung jawab pada masing-masing bagian dalam organisasi adalah sebagai berikut:



Sumber : PT. Radio Prosalina FM Jember
 Bagan 1. Sruktur Organisasi PT. Radio Prosalina FM

Tugas dan wewenang secara umum masing-masing komponen dalam struktur organisasi PT. Radio Prosalina FM Jember sebagai berikut:

1. Direktur Utama (penanggung jawab)
 - a. Mengawasi tugas dari masing-masing bawahan, mengendalikan jalannya perusahaan, menentukan, mengkoordinir dan memimpin aktifitas perusahaan secara keseluruhan.
 - b. Mengadakan pendekatan dengan biro iklan maupun perusahaan-perusahaan swasta dan instansi pemerintah.
 - c. Mengecek dan mengesahkan secara kegiatan perusahaan.
2. Komisaris
 - a. Menjalankan pekerjaan yang diberikan oleh direktur utama PT. Radio Prosalina.
 - b. Memberi nasehat kepada bagian-bagian dari struktur organisasi perusahaan.
 - c. Memberikan saran apabila diminta oleh direktur perusahaan.
 - d. Bertanggung jawab terhadap direktur utama atas kelancaran segala proses kegiatan operasional.
3. Redaktur Pelaksana
 - a. Mengorganisir para reporter untuk menjalankan tugasnya mencari berita.
 - b. Melakukan penyaringan terhadap berita-berita yang akan disiarkan.
 - c. Membuat kaleidoskop, baik yang ada di dalam maupun di luar negeri.
4. Ketua Bagian Komersial Iklan
 - a. Membuat surat penawaran pemasangan iklan.
 - b. Menerima order pemasangan iklan.
 - c. Menyusun alokasi pemutaran iklan dalam sehari.
 - d. Menyusun laporan siaran.

5. Ketua Bagian Siaran
 - a. Menyeleksi pemutaran lagu.
 - b. Memeriksa kegiatan secara penuh.
 - c. Melakukan teguran bila penyiar melakukan kesalahan.
 - d. Berpartisipasi dalam merencanakan program siaran pada masa-masa selanjutnya.
6. Sekretaris/Bendahara
 - a. Mengarsipkan segala berkas yang dimiliki perusahaan.
 - b. Memegang segala sesuatu yang menyangkut masalah keuangan perusahaan.
 - c. Membantu kegiatan pimpinan, misalnya menyusun kegiatan pimpinan dan menemui para sponsor.
7. Reporter
 - a. Mencari berita dan mengulas berita terbaru dan diolah sedemikian rupa hingga menjadi topik yang menarik untuk diberitakan.
 - b. Meliput suatu berita secara langsung pada tempat yang telah dituju sebelumnya.
 - c. Bertanggung jawab atas tugas yang diberikan.
8. Traffic
 - a. Menerima order pemasangan iklan.
 - b. Mencari dan mendapatkan para konsumen yang memasang iklan.
 - c. Mengadakan kontak langsung dengan biro iklan.
9. Redaktur Musik
 - a. Menyusun dan mengarsipkan kaset dan *compact disc* berdasarkan abjad judul kaset.
 - b. Melakukan orientasi musik untuk menentukan pembelian kaset.
 - c. Menyusun statistik kegiatan siaran.
 - d. Menyusun laporan perbulan dengan Kabag Siaran.

10. Bagian Teknik

- a. Menyiapkan kelengkapan peralatan yang berkaitan dengan tugas kegiatan siaran.
- b. Mengecek, memelihara, dan menjaga kelancaran alat-alat kerja.
- c. Bertanggung jawab atas tugas yang dikerjakan.

11. Pramusiari

- a. Melakukan tugas keseharian sebagai seorang penyiar apa yang telah ditetapkan sesuai jadwal.
- b. Menyiarkan dalam bentuk informasi berupa berita, hiburan maupun iklan kepada masyarakat.
- c. Bertanggung jawab atas tugas yang dikerjakan.

12. Rumah Tangga

- a. Bertanggung jawab penuh dalam mengelola kebersihan lingkungan PT. Radio Prosalina FM.
- b. Menyiakan berbagai kebutuhan sehari-hari yang diperlukan para karyawan.

13. Staf Administrasi

- a. Meneliti kelengkapan dan kebenaran bukti-bukti pembukuan.
- b. Menyimpan atau memelihara semua dokumen, bukti-bukti pembukuan secara teratur.
- c. Menjaga kelangsungan jalannya administrasi perusahaan.

14. Security

- a. Menjaga sepenuhnya pengaruh kejahatan dari luar PT. Radio Prosalina yang tidak diinginkan.
- b. Bertanggung jawab penuh atas keamanan lingkungan PT. Radio Prosalina.



.BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dalam kaitannya dengan pokok-pokok pembahasan yang ada, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada dasarnya media iklan radio dengan media iklan yang lain mempunyai satu tujuan yang sama, yaitu menjadi media iklan yang menawarkan barang maupun jasa kepada masyarakat. Adapun perbedaan antara keduanya dapat dilihat dari penyampaian informasinya. Media iklan radio lebih mengutamakan suara, oleh karena itu informasi yang disampaikan harus dibuat lebih menarik, mudah dipahami dan membuat para pendengarnya mempunyai rasa penasaran yang tinggi akan barang yang telah ditawarkan. Hal ini dikarenakan iklan radio tidak dapat menampilkan bentuk barang ataupun gambar yang sedang diiklankan kepada masyarakat. Sedangkan media iklan lain yang meliputi media televisi, internet, dan media cetak atau surat kabar dapat menampilkan gambar atau wujud barang yang lebih realistik sehingga memungkinkan masyarakat dapat melihat gambar atau barang yang sedang ditawarkan.
2. Perubahan bentuk iklan dari bahasa tulis menjadi bahasa tutur iklan radio dapat diketahui dari bentuk tulisan maupun pengungkapannya. Iklan dalam media cetak adalah media yang bentuk penawarannya menggunakan bahasa tulis yang dapat menampilkan barang produksi yang ditawarkan sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang menjadi karakter media tersebut. Penyusunan dan penyampaian naskah radio dalam bentuk bahasa tutur akan sangat berbeda pula cara pengoperasiannya, perbedaan yang sangat menonjol adalah di dalam penulisan huruf, penyusunan kata, penggunaan tanda baca, dan cara pembacaan. Oleh karena itu bahasa tutur

yang digunakan di dalam pembacaan naskah iklan radio tidak asal membaca atau berbicara seperti pada umumnya, melainkan harus memperhatikan intonansi atau penekanan kata dan memperhatikan tanda baca yang digunakan.

5.2 SARAN

Bertitik tolak kepada permasalahan yang ada dan dikaitkan dengan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, maka dapat saya berikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mengingat iklan radio sangat terbatas atau bisa disebut media yang anti *detail* dalam penyampaiannya, khususnya di dalam pemuatan gambar maupun tulisan, maka pihak radio harus menggunakan keahlian maupun kreatifitas dalam penyampaiannya agar para pendengar bisa memberikan perhatian penuh akan penyayangan iklan tersebut.
2. Durasi iklan yang disiarkan tidak terlalu panjang hingga membuat para pendengarnya merasa bosan dan susah mengingat pesan apa yang sedang disampaikan, melainkan memakai durasi yang tidak terlalu pendek namun jelas dan mudah dimengerti oleh pendengarnya kemana tujuan iklan tersebut disampaikan.
3. Pemutaran iklan radio sebaiknya dilakukan berulang kali di dalam sela-sela acara yang sedang berlangsung, memungkinkan para pendengar mudah memahami dan mengingat dari isi iklan tersebut.

5.2.1 Saran Bagi Prosalina FM

1. Kualitas maupun konsistensi Prosalina FM perlu terus dijaga karena bukan tidak mungkin banyak masyarakat dalam hal ini pendengar Prosalina FM yang masih merasa bahwa apa yang dilakukan Prosalina FM tidak tepat.

Hal ini dikarenakan latar belakang tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat yang masih belum terbuka.

2. Sering kali pendengar merasa bosan dan jenuh mendengarkan radio. Untuk mengatasi kejenuhan dan kebosanan pendengar, Prosalina FM juga harus memikirkan terobosan-terobosan baru agar acara yang sudah ada selalu memberikan nuansa yang berbeda mengingat banyaknya acara serupa yang dimiliki radio lain.
3. Memperkenalkan dan memperbanyak Bahasa Asing khususnya Bahasa Inggris dalam penyampaian Bahasa Siaran maupun Bahasa Periklanan dan penyampaian Bahasa Inggris tidak hanya serbatas slogan-slogan saja melainkan menyisipkan pada naskah penawarannya.

5.2.2 Saran Bagi Program D III Bahasa Inggris

Demi kemajuan Program D III Bahasa Inggris dalam mengelola Praktek Kerja Nyata bagi mahasiswanya, maka saran penulis adalah:

1. Tidak memberikan batasan kepada instansi apa yang akan disajikan sebagai bahan diskusi untuk Praktek Kerja Nyata, hal ini bertujuan agar mahasiswa dapat memperoleh ilmu tambahan selain yang didapat di bangku kuliah.
2. Banyak memberikan mata kuliah Praktek Kerja Nyata. Karena sebagian besar mata kuliah di D III Bahasa Inggris memerlukan banyak praktek.

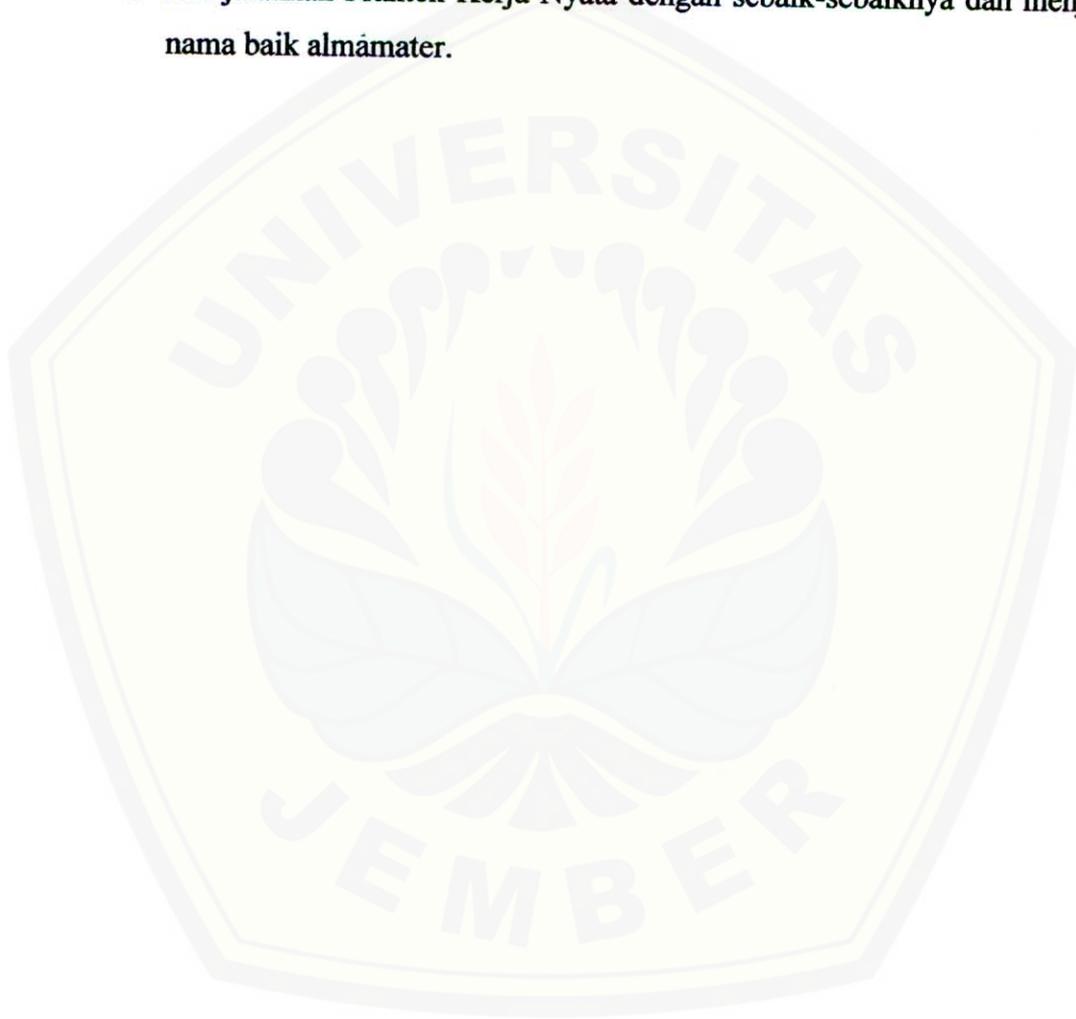
5.2.3 Saran Bagi Mahasiswa

Setelah melakukan Praktek Kerja Nyata, maka penulis dapat memberikan saran untuk mahasiswa Praktek Kerja Nyata selanjutnya sebagai berikut:

1. Mempersiapkan kemampuan dan keahlian yang ada agar dapat menjalani Praktek Kerja Nyata dengan sebaik-sebaiknya.
2. Selama menjalani Praktek Kerja Nyata pergunakan kesempatan yang sebaik-baiknya dalam menimba ilmu dan wawasan yang telah diberikan

oleh pihak instansi, karena hal itu dapat membantu dalam penyusunan laporan.

3. Menerapkan disiplin waktu dan menjaga tingkah laku yang sopan, karena semua itu akan melatih dan membentuk pribadi kita selama Praktek Kerja Nyata hingga kita terjun dalam dunia kerja.
4. Menjalankan Praktek Kerja Nyata dengan sebaik-sebaiknya dan menjaga nama baik almámater.



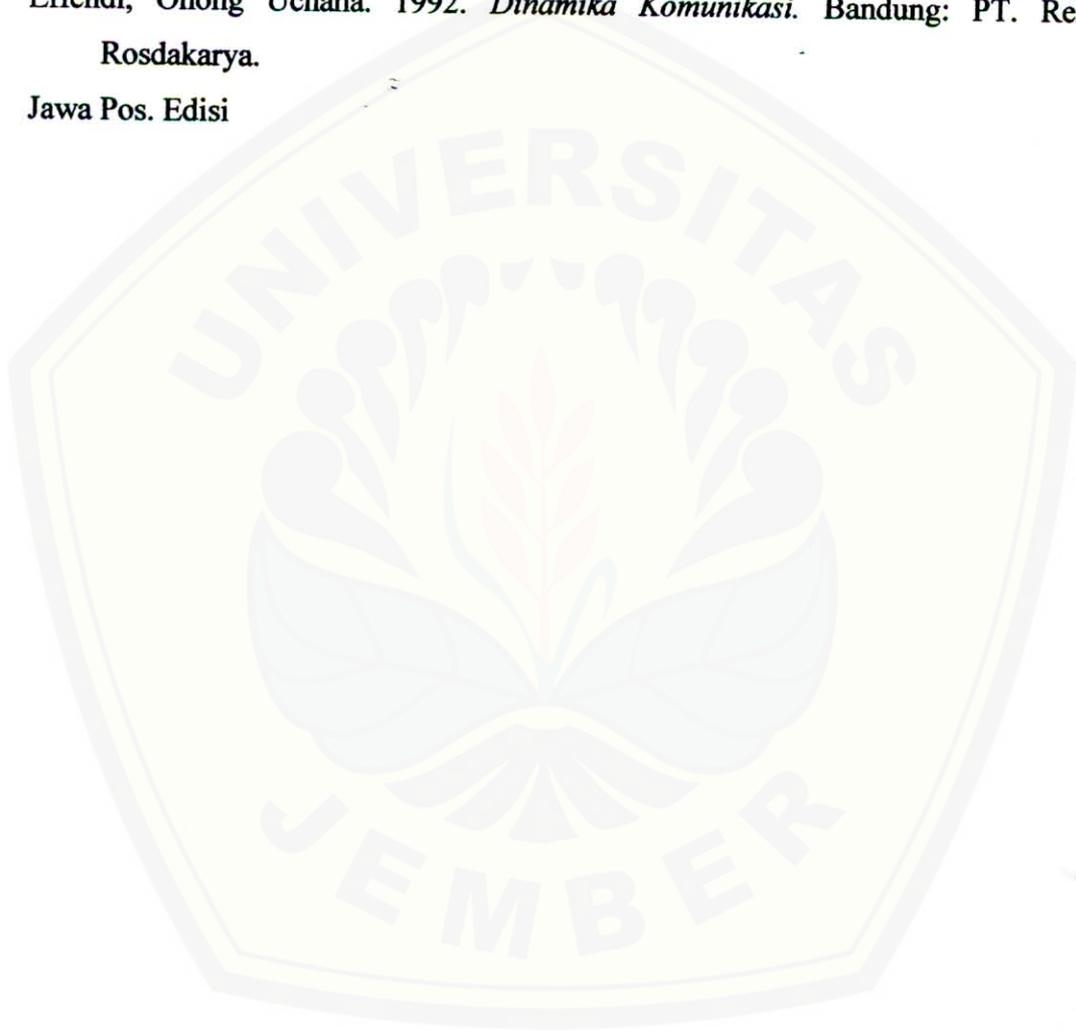
DAFTAR PUSTAKA

Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan*. Jakarta: Erlangga.

Lee, Monle dan Johnson, Carla. 1999. *Prinsip-prinsip pokok periklanan dalam perspektif global*. Jakarta: Prenada.

Effendi, Onong Uchana. 1992. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Jawa Pos. Edisi



LAMPIRAN 1

ADVERTISING RATES

I. LOOSE SPOT & ADLIPS

SPOT	REGULER TIME	PRIME TIME
01" – 30"	Rp. 45.000,-	Rp. 45.000,-
31" – 60"	Rp. 90.000,-	Rp. 90.000,-
Tarif per-detik	Rp. 1.500,-	Rp. 1.500,-
Time Signal (1-60 detik)	Rp. 90.000,-	Rp. 100.000,-
Adlips	Rp. 90.000,-	Rp. 90.000,-

II. SPONSORSHIP

SPONSOR	REGULER TIME		PRIME TIME	
40 Menit	Rp. 1.000.000,-	Rp. 7.500.000,-	Rp. 1.000.000,-	Rp. 7.500.000,-
* LIVE (OB-Van)				
40 Menit	Rp. 1.500.000,-		Rp. 1.500.000,-	Rp.
* QUIZ				
5 – 10 Menit	Rp. 500.000,-	Rp.	Rp. 500.000,-	Rp.

III. CARA PEMBAYARAN

1. Pembayaran dilakukan di muka atau sesudah penyiaran iklan setiap bulannya.
2. Batas waktu pembayaran 20 (dua puluh) hari setelah waktu penyiaran.
3. Discount untuk Advertising Agency 20%.

IV. KETENTUAN LAIN

- a. Semua order pemasangan iklan dilakukan secara tertulis.
- b. Pemberitahuan pembatalan order pemasangan iklan, selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari sebelum waktu penyiaran.
- c. Semua materi iklan harus diterima selambat-lambatnya 3 (tiga) hari sebelum waktu penyiaran iklan.
- d. Karena terbatasnya penyiaran iklan radio per-jam acara, klien diharapkan untuk mengajukan pemesanan tempat, paling lambat 14 (empat belas) hari sebelum waktu penyiaran.
- e. Maksimum iklan radio perjam 10 iklan.
- f. Selain sponsor acara, Prosalina FM juga menerima permintaan klien untuk merancang acara special (Special Program) yang khusus diciptakan sesuai dengan kebutuhan promosi dari produk.

V. PT. RADIO PROSALINA FM

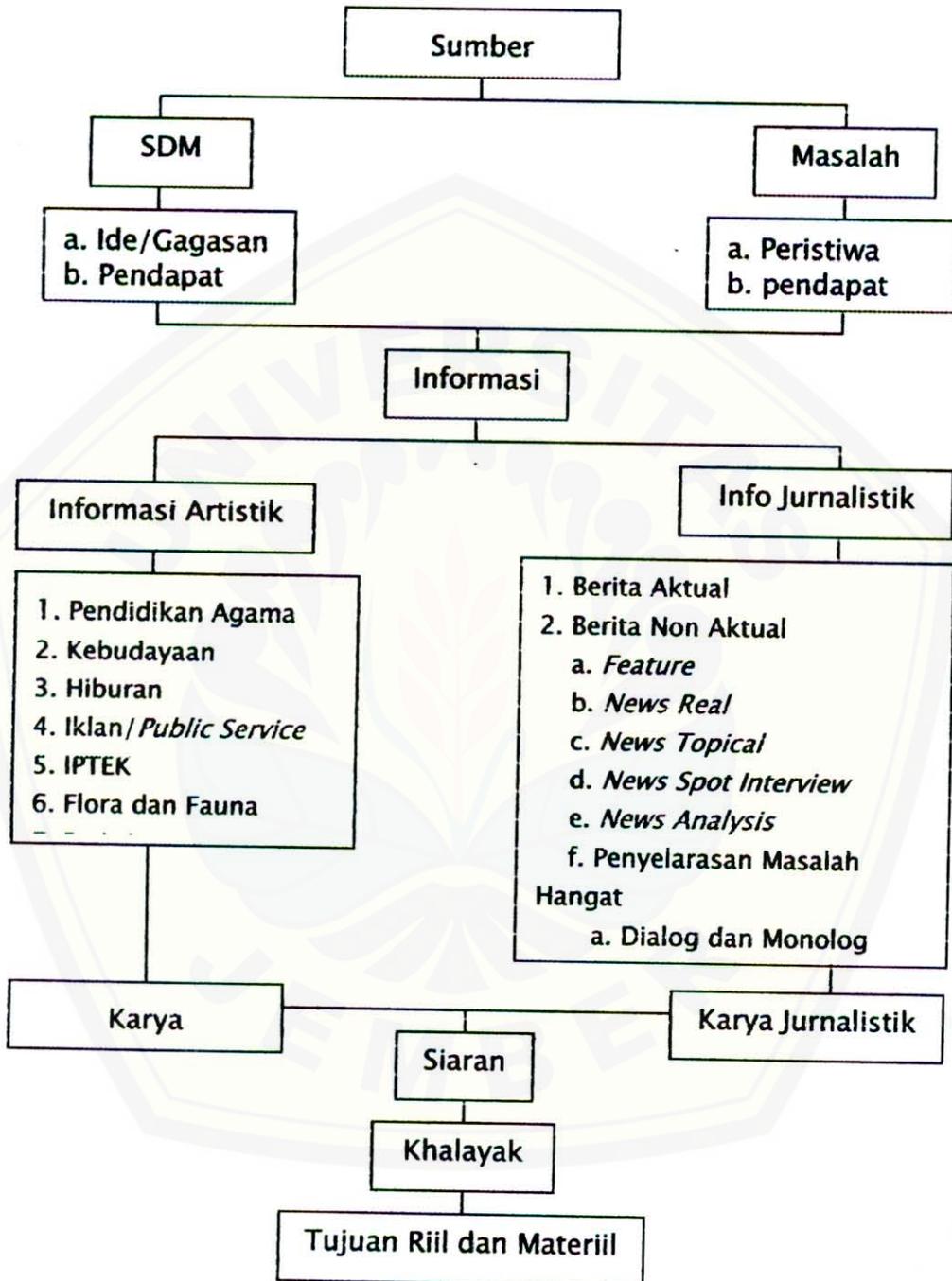
Jl. Karimata No. 98, Jember 68121

Telpon : 0331-330715, 335644.

Fax : 0331-334391

LAMPIRAN 2

Sistematika Produksi dan Siaran pada Radio Prosalina FM

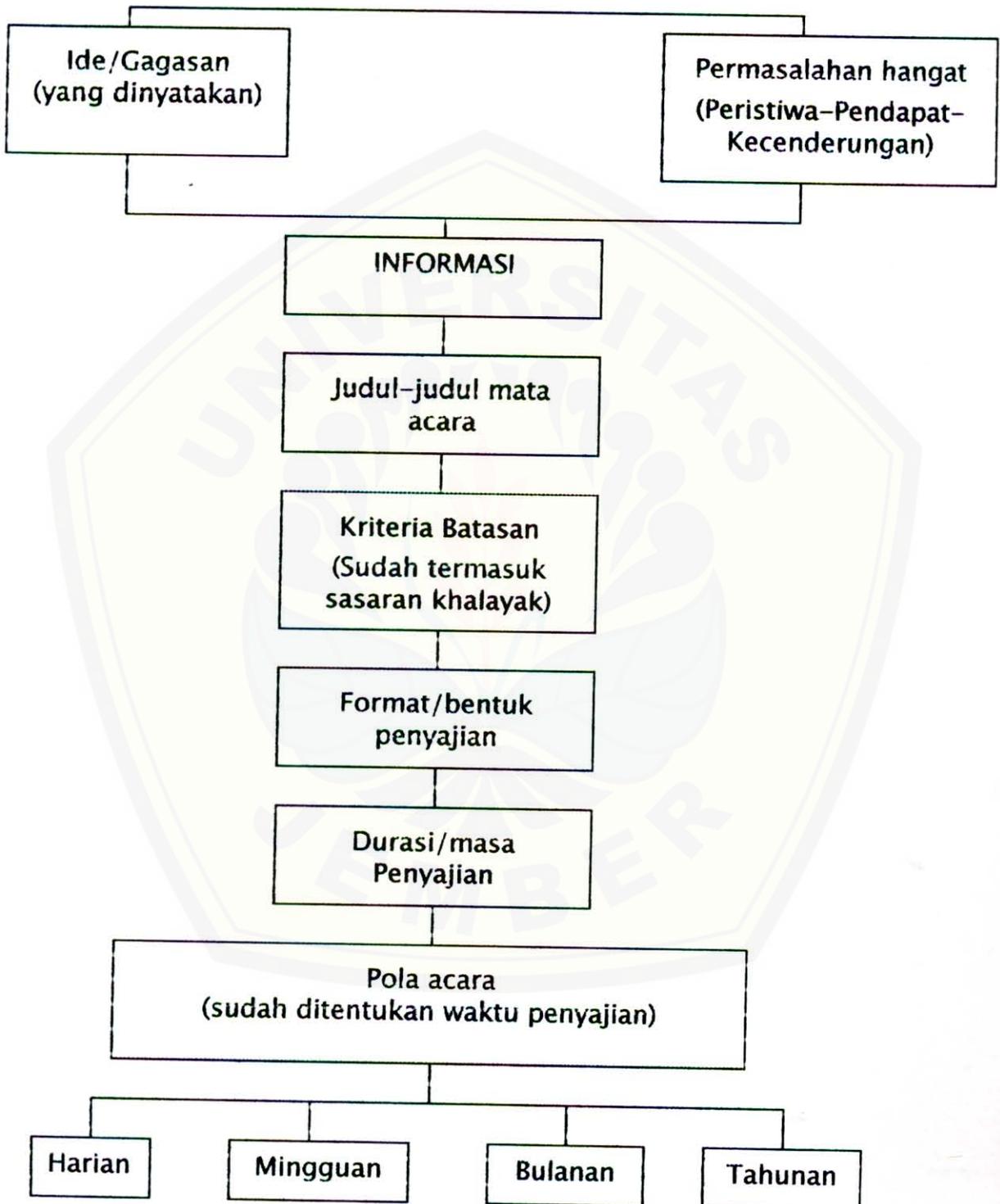


Gambar 3. Sistematika Produksi dan Siaran Radio Prosalina FM.

Sumber : PT. Radio Prosalina FM Jember

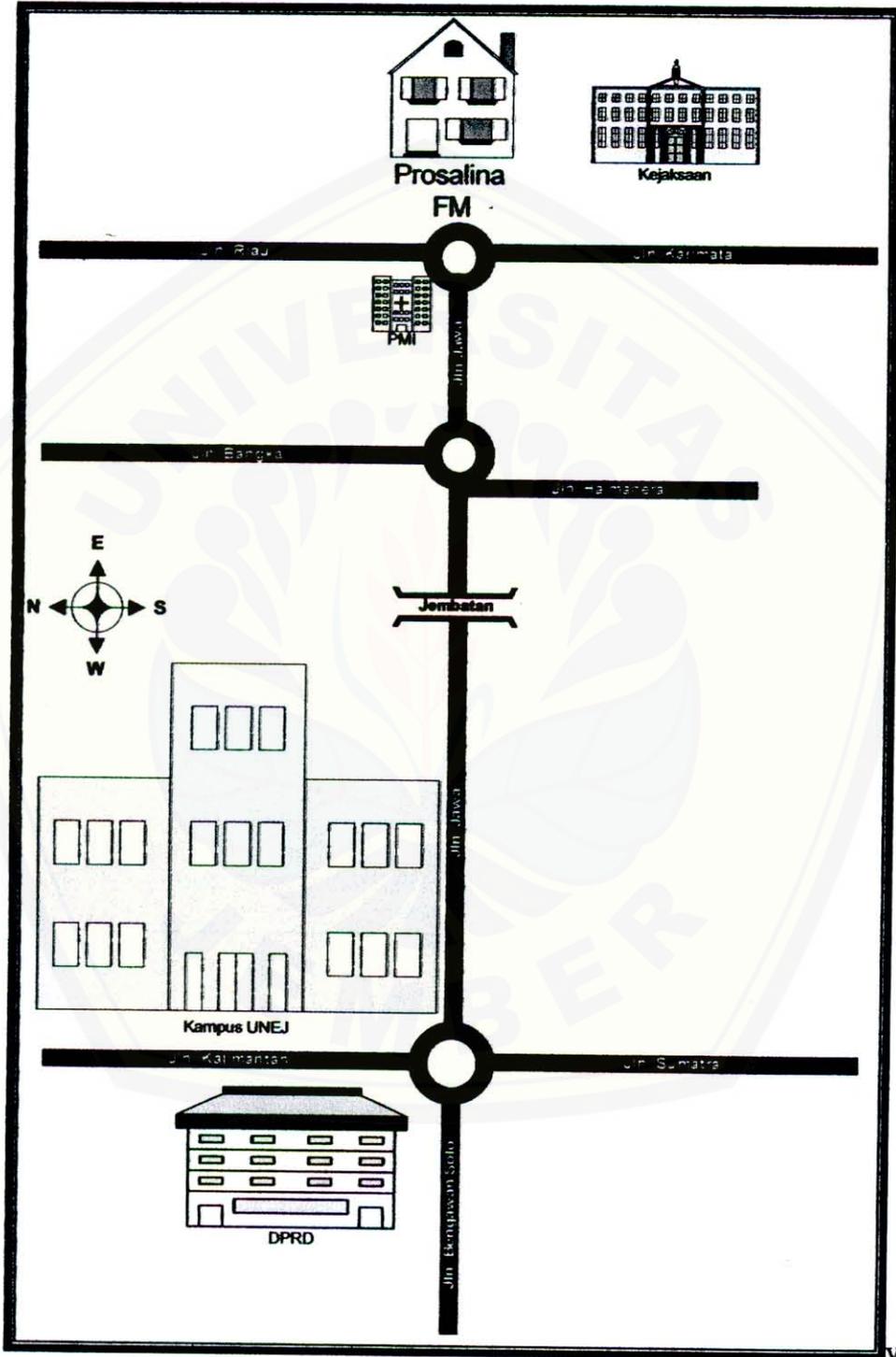
LAMPIRAN 3

Kronologis Penyusunan Mata Acara



LAMPIRAN 4

Denah Lokasi Prosalina FM



LAMPIRAN 5

Contoh Skrip Siaran

Program : MUSISI PRO (Musik-Musik dan Info Prosalina)
 Kind of song : Indonesian
 Time : 20.00 - 21.00
 Broadcaster : Idamsyah Wijaya Kesuma

20.00 pm . BULETIN PROSALINA
 20.03 pm ASSALAMU'ALAIKUM :WR.WB/ GOOD EVENING PARA MUDA PROSALINA/ COMING BACK WITH ME IDAMSYAH WHO WILL ACCOMPANY YOU FOR ABOUT ONE HOUR IN MUSISI PRO (MUSIK-MUSIK DAN INFO PROSALINA)// FOR ALL OF YOU THAT STILL BUSY TO PREPARE EVERYTHING FOR YOUR DAILY ACTIVITY TOMORROW AND ALSO FOR YOU WHO STILL ON THE WAY NOW/I WILL ACCOMPANY YOU UNTIL 09.00 PM AND I WILL GIVE YOU MANY BEAUTIFUL SONGS OF OUR COUNTRY AND ALSO THE UP TO DATE NEWS OF THE INDONESIAN ARTIST//OK/THE FIRST SONG THAT I'LL GIVE TO YOU/RASA INI
 120.05 pm FROM THE TITAN//LET'S HEAR TOGETHER...//
 20.09 pm SONG 1 THE TITAN (RASA INI)
 20.13 pm SONG 2 PETER PAN (MENGHAPUS JEJAKMU)
 ANNO 1
 WELL.../ PARA MUDA PROSALINA/THE LAST SPECTACULAR SHOW OF INDONESIAN IDOL THAT HELD IN FRIDAY NIGHT LAST WEEK HAS SHOWN THE RESULT// RINI/ THE FINALIST FROM MEDAN/AND WILSON/ THE FINALIST FROM AMBON HAS BECOME THE GRAND FINALIST OF INDONESIAN IDOL 2007// AND THEN GABBY/THE FINALIST FROM BANDUNG MUST BE ELIMINATED AT THAT MOMENT// IT'S FAR FROM THE PREDICTION OF THE JUDGES FROM THIS COMPETITION/ WHERE ALL THREE OF THEM GUESSED THAT WILSON WHO WILL BE ELIMINATED// WILSON GOT MORE COMPLIMENTS FOR HIS FIRST SONG// MAY BE THE DEFEAT OF GABBY BECAUSE OF LESS SMS FOR HER// OK GOOD LUCK TO RINI AND WILSON/ WHOEVER THAT WILL BE THE WINNER IS THE BEST FOR INDONESIAN// JUST WAIT AND SEE FOR THE RESULT PARA MUDA PROSALINA//

- 20.17 pm SONG 3 KRISDAYANTI (I'M SORRY...GOOD BYE)
 20.22 pm SONG 4 UNGU (DISINI UNTUKMU)
 20.26 pm ANNO 2
 ALL RIGHT...PARA MUDA PROSALINA/ FOR ALL OF YOU WHO ARE BUSY WITH YOUR DAILY ACTIVITY/DON'T FORGET TO ALWAYS KEEP YOUR HEALTH/ OK?// AS WE KNOW THAT NOW WE ENTER THE PANCARوبا SEASON THAT MAKE THE CONDITION OF OUR BODY WEAKER// SO.../ TAKE CARE OF YOUR HEALTH WELL// OK PARA MUDA PROSALINA/I WILL COMING BACK SOON WITH ANOTHER INTERESTING NEWS//
- 20.30 pm LINTASAN JEMBER PROSALINA
 20.34 pm SONG 5 MATA (KETAHUAN)
 20.38 pm SONG 6 SHE (SLOW DOWN BABY)
 20.42 pm ANNO 3
 OK/FOR ALL OF YOU THAT STILL HERE WITH ME/ IN 101.3 FM/PROSALINA// THIS IS THE NEWS FROM THE NEW COMER IN THE INDONESIAN MUSIC// DRIVE/A NEW GROUP THAT PRODUCED BY PIYU/ AND IT NAME TAKES FROM THE TECHNIQUE OF GUITAR PLAYING// IT IS "OVERDRIVE TECHNIQUE" WHICH EXPLORES MANY SOUND EFFECT OF GUITAR// THEY BRING POP-ROCK AND THEIR FIRST HIT ENTITLED "TAK BERBALAS" AND THE SECOND "BERSAMA BINTANG" WERE BE VERY POPULAR// THEY HOPE THAT THEIR ALBUM CAN BE SOLD UNTIL 100.000 COPIES/SO THAT THEY CAN GET THE PLATINUM// WE ALSO HOPE YOUR DREAM WILL CAME TRUE/DRIVE// NOW/ LET'S WE HEAR TOGETHER THE SONG FROM THE NEW COMER/ DRIVE/ BERSAMA BINTANG// WHAT A BEAUTIFUL SONG....!THAT WE MUST HEAR//
- 20.46 pm SONG 7 DRIVE (BERSAMA BINTANG)
 20.50 pm ANNO 4
 PARA MUDA PROSALINA/ DO YOU REMEMBER WITH AGNI PRATISTHA?/ PUTERI INDONESIA 2006 WHO WILL TAKE OFF HER CROWN AS THE PUTERI INDONESIA// A BEAUTIFUL GIRL WHO WAS BORN IN CANBERRA AUSTRALIA/ DECEMBER 8, 1987 WANTS TO CONTINUE HER STUDY IN BINA NUSANTARA UNIVERSITY IN THE FACULTY OF VISUAL COMMUNICATION// BESIDE THAT/ SHE ALSO HAS A PLAN/SHE WANTS TO BUILD A SCHOOL FOR THE ORPHANS// WOW..../WHAT A NOBLE GIRL!! HOW KIND SHE IS!!// WE ALSO HOPE THAT SHE CAN MAKE IT REAL// OK PARA MUDA PROSALINA/ IT'S ALL THE LAST INFORMATION THAT I GIVE TO YOU// AND BEFORE I GO/ I'LL GIVE YOU THE LAST SONG TO CLOSE THIS PROGRAM// THANKS FOR YOUR TOGETHERNESS AND HAVE A GOOD
- 20.54 pm

*EVENING/WASSALAMU'ALAIKUM WR.WB//SEE YOU NEXT
WEEK/BYE...BYE...*

SONG 8 GIGI (NAKAL)



LAMPIRAN 6

Menu Acara Radio Prosalina Fm

Written by Prosalina

Kamis, 22 Februari 2007

Sinaran Iman

Menebalkan keimanan paramuslimin yang selalu haus akan tetesan embun penyejuk rohani. Bersama Da'ida'i nasional dan lokal.



Jam : 04.45 – 05.30 *BBWI*

Musisi - Musik Aksi dan Informasi

Suguhan yang memacu aktivitas dan kreativitas ditambah informasi-informasi paling hangat.



Jam : 05.30 – 06.00 *BBWI*

Komentar Rakyat

Komentar seputar persoalan-persoalan di tengah masyarakat yang lagi hangat.



Jam : 06.00 – 07.00 *BBWI*

Goyang Jember

Ajang ngerumpi di kalangan Ibu-ibu, ramenya bak ayam baru bertelur.



Jam : 07.00 – 09.00 *BBWI*

Dangdut Mixmania

Lagu-lagu dangdut remix pilihan, diracik langsung by DJ Reza. Membakar spirit kerja.



Jam : 09.00 – 10.00 *BBWI*

Suara Rakyat

Rakyat menyuarakan persoalannya, dan secara interaktif dijawab oleh pejabat.



Jam : 10.00 – 11.00 *BBWI*

Potret Wanita

Potret kehidupan wanita dari pinggir jalan sampai gedung megah ber AC. Disajikan santai tapi serius dari tempat kerja para wanita.



Jam : 11.00 – 12.00 *BBWI*

12 Bintang Dangdut

Salam dan lagu hits dangdut pilihan pendengar, dari 12 artis top.



Jam : 12.00 – 13.00 *BBWI*

Salam dan lagu dangdut terbaru pilihan pendengar



Jam : 13.00 – 14.00 *BBWI*

Do-Gado

Guyonan Cak Wat dan Kang Su'aeb dalam kebhinekaan bahasa Indonesia ; Jawa, Madura, Batak, Bali dan lain-lain, yang memompa sumber energi baru dan obat stress bagi pemerhatinya.



Jam : 14.00 – 15.00 *BBWI*

Suara Rakyat

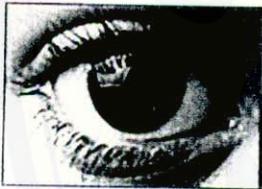
Rakyat menyuarakan persoalannya, dan secara interaktif dijawab oleh pejabat.



Jam : 15.00 – 16.00 *BBWI*

Informasi & Jember Hari Ini

INFORMASI bagian tak terpisahkan dari PROSALINA FM. 19 jam dalam sehari, tidak ada yang terlewat. JEMBER HARI INI, koran udara terbitan sore setiap jam 4, memberitakan berbagai peristiwa kota Jember lebih cepat & dikupas secara tuntas.



Jam : 16.00 – 17.00 *BBWI*

Liga Katulistiwa

70 lagu Indonesia paling ngetop di PROSALINA FM digelar dalam sepekan bareng informasi musik serta peringkatnya.



Jam : 19.00 – 20.00 *BBWI*

Sapa Prosalina

Popularitasnya di kalangan paramuda, tak tertandingi oleh apa pun. Bukan cuma "kecanggihan acaranya" tapi lagu dan gosip-gosipnya benar-bener khas paramuda.



Popularitasnya di kalangan paramuda tak tertandingi oleh apapun. Bukan cuma 'kecanggihan' acaranya, tapi lagu dan info artisnya benar-bener khas paramuda.

Jam : 20.00 – 22.00 *BBWI*

Simponi Malam

Lembut tidak mendayu-ndayu, membuai bukan meninabobok. Pilihan Lagu yang pas benar, buat dinginnya malam.



Lembut tidak mendayu-dayu, membuai bukan meninabobok. Pilihan lagu yang pas benar buat dinginnya malam.

Jam : 22.00 – Tengah Malam

