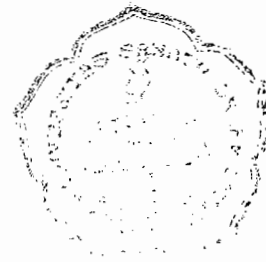


PERBANDINGAN PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN

**STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN RADIO RRI, GERONIMO
DAN BIKIMA DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

RAJAMAN AUGUSTINUS PURBA

N I M : 942114150

N I R M : 940051121303120143

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

2009

SKRIPSI

PERBANDINGAN PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN

STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN RADIO RRI, GERONIMO
DAN BIKIMA DI YOGYAKARTA

Oleh :

RAJAMAN AUGUSTINUS PURBA

N I M : 942114150

N I R M : 940051121303120143

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Tanggal 8 - 01 - 01



Drs. FA. Joko Siswanto, MM., Akt.

Pembimbing II

Tanggal 5 - 12 - 2000



Drs. H. Herry Maridjo, M.Si.

S k r i p s i

PERBANDINGAN PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN RADIO RRI, GERONIMO DAN BIKIMA DI YOGYAKARTA

Dipersiapkan dan ditulis oleh :

Rajaman Augustinus Purba

N I M : 942114150

N I R M : 940051121303120143

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

pada tanggal 28 Oktober 2000

dan dinyatakan memenuhi syarat

Susunan Panitia Penguji

	Nama lengkap
Ketua	Dra.Fr.Ninik Yudianti, M.Acc.
Sekretaris	Drs. E. Sumardjono, M.B.A
Anggota	Drs.FA.Joko Siswanto, MM., Akt.
Anggota	Drs. H. Herry Maridjo, M.Si.
Anggota	Drs. H. Suseno. TW. M.S

Tanda tangan



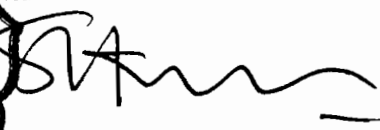
Yogyakarta, 28 Oktober 2000

Fakultas Ekonomi

Universitas Sanata Dharma

Dekan




Drs. H. Suseno.TW. M.S

dipersembahkan untuk:
 Bapak dan Mama yang sangat menghormati dan kusayangi,
 Ompung dan Inang (Am) yang sangat menghormati dan kusayangi,
 Abang dan Kakakku (Yon, Lomo, Ketta, Mega), dan Adikku (Lenny)
 yang kusayangi, serta Angela Melly Megawati yang setia menanti dan
 mendukungku.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa yang saya tulis ini tidak memuat karya atau bagian karya orang lain, kecuali yang telah disebutkan dalam kutipan dan daftar pustaka, sebagaimana layaknya karya ilmiah.

Yogyakarta, 29 Oktober 2000

Penulis



Rajaman Augustinus Purba

ABSTRAK

Perbandingan Penentuan Tarif Pemasangan Iklan Pada Perusahaan Radio RRI, GERONIMO, dan BIKIMA

Rajaman Augustinus Purba

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penentuan tarif iklan pada masing-masing radio sudah tepat dan untuk mengetahui perbedaan penentuan tarif iklan di perusahaan radio RRI, GERONIMO, dan BIKIMA. Penelitian ini dilaksanakan di RRI, GERONIMO, dan BIKIMA di Yogyakarta.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara lisan, metode observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung terhadap objek penelitian dan metode dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk RRI tarif pemasangan iklan yang telah ditentukan oleh perusahaan adalah sebesar Rp 15.000,00 sedangkan tarif pemasangan iklan berdasarkan perhitungan penulis adalah sebesar Rp 16.489,00 atau terjadi selisih sebesar Rp 1.489,00 dan setelah dianalisis dengan analisa selisih ternyata perbedaan tarif tersebut mencapai 9% sehingga dapat dikategorikan kurang tepat karena selisihnya lebih dari 5%. Untuk GERONIMO tarif yang ditentukan oleh perusahaan Rp55.000,00 dan tarif menurut perhitungan penulis sebesar Rp 58.867,00 maka terjadi selisih sebesar Rp 3.867,00 atau sekitar 6,56% sehingga tarif tersebut dapat dikatakan kurang tepat karena selisihnya lebih dari 5%. Sedangkan untuk BIKIMA, tarif yang ditentukan oleh perusahaan adalah Rp 30.000,00 dan tarif berdasarkan perhitungan penulis sebesar Rp 32.241,00 dan selisihnya Rp 2.241,00 atau sebesar 6,95% dan masih dapat dikatakan kurang tepat karena selisihnya lebih dari 5%.

ABSTRACT

The Comparison of Fare Advertisement fare determination at RRI, GERONIMO, and BIKIMA Radio Station

Rajaman Augustinus Purba

Sanata Dharma University

Yogyakarta

The purpose of this research was to find out whether the determination of advertisement fare was accurate or not, and to find out the differences in determining advertisement fare in RRI, GERONIMO and BIKIMA radio station. This research was conducted at RRI, GERONIMO and BIKIMA Yogyakarta.

Data collection methods used in this research were : interview by proposing questions orally, observation by monitoring the research object directly, and documentation by studying the company's notes related to the research.

The result of this research showed that advertisement fare which was determined by RRI was Rp 15,000.00 whereas the advertisement fare based on the writer's calculation was Rp 16,489.00 or there was a difference about Rp 1,489.00. After analysing with spread analysis, the actual fare determination reached 9%, so it could be categorized as less accurate because the difference was more than 5%. For GERONIMO, the fare determined by that company was Rp 55,000.00 and the fare according to the writer's calculation was Rp 58,867.00 so, there was a difference of Rp 3,867.00 or about 6.56%. The fare could also be concluded as less accurate because the difference was more than 5%. Whereas for BIKIMA, the fare determined by the radio station was Rp 30,000.00 and the fare based on the calculation was Rp 32,241.00. The difference was Rp 2,241.00 or about 6.95%. The fare was also considered as less accurate because the difference was more than 5%.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang telah memberikan rahmat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Perbandingan Penentuan Tarif Pemasangan Iklan pada Perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA Yogyakarta”.

Penyusunan skripsi ini tidak mungkin terlaksana tanpa bantuan dari banyak pihak yang telah membantu penulis, maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. FA. Joko Siswanto, MM, Akt. selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan masukan dan pengarahan dengan sabar dan teliti sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Drs. H. Herry Maridjo, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis dalam mengarahkan penelitian dan langkah-langkah yang harus penulis lakukan sejak awal penyusunan skripsi hingga skripsi ini selesai.
3. Bapak Drs. Martoyo selaku kepala bagian iklan di RRI Yogyakarta atas dukungan dan kerja sama yang menyenangkan sehingga penelitian ini terlaksana dengan baik.
4. Ibu Tias selaku kepala bagian iklan di Radio GERONIMO Yogyakarta atas dukungan dan kerja sama yang menyenangkan sehingga penelitian ini terlaksana dengan baik.

5. Bapak Drs. Purnomo kepala bagian iklan di Radio BIKIMA Yogyakarta yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan informasi yang penulis butuhkan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Papa dan Mama, Abang, Kakak dan Adik-adik tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materiil hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Seluruh keluarga dan kerabat yang telah memberikan doa restu dan dorongan kepada penulis.
8. Angela Mely Megawati yang telah membimbing, memberi dorongan, masukan, kritik dan saran serta omelan sayangnya kepada penulis sehingga penulis terpacu untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Buat teman-teman saya Bron Situmorang, Leo Situmorang, Bernard Sijabat, Yosep Sipayung dan juga seluruh teman saya yang berada di ASRAMA OLALOLO saya ucapkan banyak terima kasih karena memberikan dorongan dan doa untuk penulis.
10. Teman-teman KKN *plus*: Suster Yudith, Yuyun, Lie Yun, Mely, Mas Nur, Singgih *plus* Wiwin dan Naning, atas persahabatan yang indah selama ini.
11. Rekan-rekan Akt'94: Handono, Dody Gendut, Mardi, Saras, Gelu.
12. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

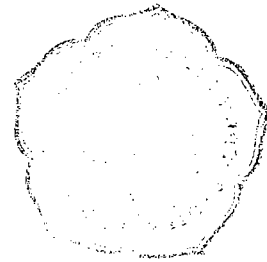
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan ini masih jauh dari sempurna, namun dari sisi lain penulis juga mengharapkan kiranya skripsi ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Yogyakarta, November 2000

Penulis

Rajaman Augustinus Purba

DAFTAR ISI



HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pembatasan Masalah.....	2
C. Perumusan Masalah.....	2
D. Tujuan Penelitian.....	3
E. Manfaat Penelitian.....	3
F. Sistematika Penulisan.....	4

BAB II	LANDASAN TEORI	6
A.	Pengertian Umum Iklan, Periklanan dan Radio	6
B.	Pengertian Harga	9
C.	Tujuan Penentuan Harga	11
1.	Tujuan Berorientasi Pada Laba	11
2.	Tujuan Berorientasi pada Volume	12
3.	Tujuan Berorientasi pada Citra	12
4.	Tujuan Stabilitas Harga	12
D.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penentuan Harga	13
1.	Faktor Internal Perusahaan	13
2.	Faktor Lingkungan Eksternal	15
E.	Penentuan Harga Jual	15
1.	Manfaat Informasi Biaya Penuh dalam Keputusan Penentuan Harga Jual	16
2.	Metode Penentuan Harga Jual	17
a.	Penentuan Harga Jual Normal (<i>Normal Pricing</i>)	17
b.	Penentuan Harga Jual dalam <i>Cost-Type Contract</i>	22
c.	Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus	22
d.	Penentuan Harga Jual Produk atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang diatur dengan Peraturan Pemerintah	23

BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis Penelitian.....	24
B. Variabel Penelitian.....	24
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
D. Subjek dan Objek Penelitian.....	25
E. Data yang Dicari.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Teknik Analisis Data.....	26
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	29
A. Radio Republik Indonesia (RRI).....	29
1. Sekilas Tentang Berdirinya Perusahaan RRI Yogyakarta....	29
a. Zaman Belanda.....	29
b. Zaman Jepang.....	30
c. Zaman Kemerdekaan.....	31
2. Personalia.....	32
3. Struktur Organisasi.....	33
4. Produksi.....	68
5. Pemasaran.....	69
6. Biaya-biaya yang Terjadi.....	70
7. Tarif Pemasangan Iklan.....	71
8. Langkah-langkah Penentuan Tarif.....	71

B.	Radio GERONIMO.....	72
1.	Secara Singkat Perusahaan Radio GERONIMO.....	72
2.	Personalia.....	74
3.	Struktur Organisasi	75
4.	Produksi.....	80
5.	Pemasaran.....	81
6.	Biaya-biaya yang Terjadi.....	81
7.	Tarif Pemasangan Iklan.....	84
8.	Langkah-langkah Penentuan Tarif.....	84
C.	Radio BIKIMA.....	84
1.	Secara Singkat Berdirinya Perusahaan Radio BIKIMA.....	84
2.	Personalia.....	86
3.	Struktur Organisasi	87
4.	Produksi.....	94
5.	Pemasaran.....	95
6.	Biaya-biaya yang Terjadi.....	95
7.	Tarif Pemasangan Iklan.....	97
8.	Langkah-langkah Penentuan Tarif.....	98
BAB V	ANALISIS DATA.....	99
A.	Analisis Masalah Pertama.....	99
B.	Analisis Masalah Kedua.....	110

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	113
A. Kesimpulan.....	113
1. Perusahaan Radio RRI Yogyakarta	113
2. Perusahaan Radio GERONIMO Yogyakarta	114
3. Perusahaan Radio BIKIMA Yogyakarta	115
B. Keterbatasan Penelitian	116
C. Saran.....	116

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

TABEL V.1 :	Taksiran Anggaran Biaya Tahun 2000 pada Perusahaan Radio RRI Yogyakarta	99
TABEL V.2 :	Taksiran Anggaran Biaya Tahun 2000 pada Perusahaan Radio GERONIMO Yogyakarta	100
TABEL V.3 :	Taksiran Anggaran Biaya Tahun 2000 pada Perusahaan Radio BIKIMA Yogyakarta	101
TABEL V.4 :	Formulir Biaya Yang Dianggarkan Tahun 2000 Untuk Perusahaan Radio RRI Yogyakarta	102
TABEL V.5 :	Formulir Biaya Yang Dianggarkan Tahun 2000 Untuk Perusahaan Radio GERONIMO Yogyakarta	103
TABEL V.6 :	Formulir Biaya Yang Dianggarkan Tahun 2000 Untuk Perusahaan Radio BIKIMA Yogyakarta	104
TABEL V.7 :	Hasil Perhitungan Tarif dan Selisih Untuk Masing-masing Perusahaan Radio.....	110
TABEL V.8 :	Perbedaan Data Biaya Yang Dianggarkan Untuk Masing- Masing Perusahaan Radio Pada Tahun 2000.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Struktur Organisasi Stasiun RRI Yogyakarta.....	34
Gambar 2.	Struktur Organisasi Perusahaan Radio GERONIMO Yogyakarta..	76
Gambar 3.	Struktur Organisasi Perusahaan Radio BIKIMA Yogyakarta.....	90

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Krisis ekonomi dan moneter yang berlangsung di Indonesia sejak pertengahan tahun 1997 yang lalu sangat berpengaruh pada produktivitas perusahaan dan daya beli masyarakat. Hingga saat ini krisis ekonomi dan moneter di Indonesia belum juga reda. Banyak perusahaan yang terpaksa meninjau kembali rencana-rencana yang telah ditetapkan dengan harapan agar roda kehidupan perusahaan bisa tetap berjalan mengingat biaya operasional, harga bahan baku dan lain-lain yang naik beberapa kali lipat, menyebabkan perusahaan mau tidak mau menaikkan juga harga jual produknya. Dengan naiknya harga jual produk, masyarakat atau konsumen juga harus berpikir dua kali sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut.

Begitu juga halnya yang terjadi pada perusahaan yang bergerak di bidang pelayanan jasa seperti radio. Pada dasarnya radio menjual jasanya kepada produsen atau pihak yang berkepentingan sebagai mediator untuk menyampaikan iklan kepada masyarakat luas, atau menyampaikan suatu pengumuman atau pemberitahuan atas suatu hal dari satu pihak pada pihak yang lain. Untuk menarik minat konsumen agar tetap memasang iklan di stasiun radio tersebut maka perusahaan yang bersangkutan harus bisa memberikan fasilitas-fasilitas yang menarik dengan harga yang cukup bersaing.

Dalam menentukan harga jual ini perusahaan harus sangat teliti dan berhati-hati karena pada dasarnya konsumen akan memutuskan untuk membeli produk, dalam hal ini

membeli jam tayang atau jam siar di radio dengan melihat harga dan beberapa unsur lainnya. Namun biasanya yang paling menentukan adalah harga atau tarif pemasangan iklan pada tiap-tiap radio tersebut (per menit/detik). Untuk itu perusahaan harus dapat menetapkan harga yang paling tepat dalam arti dapat memberikan keuntungan jangka panjang maupun jangka pendek bagi perusahaan itu sendiri.

Oleh karena itu penulis memutuskan untuk melakukan suatu studi komparasi dalam hal penentuan tarif pemasangan iklan di Radio RRI, GERONIMO, DAN BIKIMA di Yogyakarta. Seluruh hasil penelitian ini akan penulis susun dalam sebuah skripsi yang berjudul **“PERBANDINGAN PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN DI RADIO RRI, GERONIMO, DAN BIKIMA DI YOGYAKARTA”**

B. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini yang akan menjadi pokok penelitian adalah Penentuan Tarif Pemasangan Iklan pada Radio RRI, GERONIMO, DAN BIKIMA serta penyebab perbedaan tarif pada ketiga perusahaan tersebut.

C. Perumusan Masalah

1. Apakah penentuan tarif iklan di Radio RRI, Radio GERONIMO dan Radio BIKIMA sudah tepat?
2. Apakah ada perbedaan dalam hal penentuan tarif iklan antara perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah penentuan tarif iklan di masing-masing Radio sudah tepat.
2. Untuk mengetahui perbedaan penentuan tarif iklan di perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui perusahaan sudah tepat atau belum dalam menentukan tarif pemasangan iklan sehingga perusahaan dapat segera membenahi kebijakan penentuan tarif pemasangan iklan jika ternyata memang ada penyimpangan atau ketidaktepatan dalam menentukan tarif pemasangan iklan pada perusahaannya. Selain itu hasil penelitian ini juga dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi konsumen dalam memilih radio di mana ia akan memasang iklannya.

2. Bagi Universitas Sanata Dharma

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi perpustakaan Universitas Sanata Dharma dan dapat memberi masukan bagi penelitian yang berhubungan dengan penentuan tarif pemasangan iklan di radio.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang telah penulis dapatkan di bangku kuliah pada situasi yang sesungguhnya khususnya

dalam bidang akuntansi dan pemasaran di perusahaan serta memperluas wawasan dan pengalaman penulis dalam bidang pemilihan ilmiah.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk pengolahan data.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diuraikan jenis penelitian, waktu penelitian, tempat penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, data yang dicari, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan tentang sejarah berdirinya perusahaan, perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan.

BAB V ANALISIS DATA

Bab ini memuat tentang perhitungan penentuan besarnya tarif pemasangan iklan di perusahaan Radio GERONIMO, BIKIMA, dan RRI, evaluasi atas ketepatan besarnya tarif pemasangan iklan tersebut serta analisis terhadap faktor penyebab perbedaan besarnya tarif

pemasangan iklan di perusahaan Radio RRI, GERONIMO, dan BIKIMA.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat kesimpulan hasil studi serta saran yang ditujukan kepada pihak yang akan memanfaatkan hasil penelitian ini dan mencoba menindaklanjuti penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Umum Iklan, Periklanan dan Radio

Iklan merupakan hal yang sudah lazim dalam masyarakat kita, karena semua orang telah mengenalnya. Hal ini disebabkan pemasangan iklan saat ini ada di mana-mana baik pada media cetak, maupun elektronik. seperti pada surat kabar, radio, televisi, internet dan sebagainya. Ada pula iklan yang ditempelkan pada pohon-pohon, dinding-dinding di sepanjang jalan. Semua tempat yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan masyarakat luas dan dalam waktu yang relatif singkat dijadikan sasaran pemasangan iklan.

Sejalan dengan berkembangnya ekonomi, iklan menjadi makin penting karena iklan dapat mendatangkan hasil yang baik sebagai akibat dengan iklan akan menjadikan masyarakat menjadi konsumtif. Setiap iklan dan kampanye periklanan harus memiliki sasaran yang dirumuskan secara jelas. Ini harus bersumber pada strategi pemasaran keseluruhan perusahaan dan tugas yang dibebankan pada periklanan. Efektivitas iklan bergantung pada penggunaan media terbaik yang ada dan pesan terbaik yang dapat dibuat dengan mempertimbangkan sasaran promosi, pasar sasaran dan dana yang tersedia untuk iklan.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mengiklankan barang dan jasa suatu perusahaan tersebut adalah radio. Pada dasarnya radio mempunyai ciri khas atau daya tarik lain dari pada yang lain, yang disebabkan sifatnya yang serba hidup

berkat tiga unsur yang ada padanya, yakni musik, kata-kata dan efek suara (*sound effects*). Dalam fungsinya sebagai sarana penerangan dan pendidikan, radio siaran dapat menyajikan warta berita atau ceramah-ceramah yang bermanfaat.

Menurut sejarah radio, sejak tahun-tahun pertama setelah radio siaran dimulai di Amerika Serikat, radio siaran bersifat komersial. Dalam komersialisasi ini, *advertising* atau periklanan memegang peranan penting. Periklanan radio mengalami kemajuan dalam teknik penyajiannya sesuai dengan perkembangan teknologi yang semakin maju.

Menurut Onong Uchjana Effendy. (1978:102-104) pada umumnya iklan radio terdiri dari 3 jenis :

1. Iklan yang dibacakan

Iklan yang dibacakan ialah iklan yang paling sederhana dan yang paling murah tarifnya. Naskah iklan jenis ini dibacakan oleh seseorang atau dua orang penyiar, tergantung dari isi naskahnya sendiri. Ada naskah yang berbentuk dialog antara dua orang yang terdiri dari masing-masing 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 kedua ini lebih menarik daripada jenis yang pertama karena mengandung segi hiburan dan gambaran suasana.

Efek suara dapat menggambarkan suasana, seperti suasana pesta, hujan, angin, dalam mobil, pesawat terbang, anak menangis, suasana di kantor dan sebagainya. Contohnya iklan mengenai minuman seperti coca cola dapat dibumbui efek suara yang menggambarkan suasana dalam pesta atau suasana keceriaan, iklan obat pilek diberi suasana hujan, dan lain-lain.

Jenis musikpun dapat disesuaikan dengan isi iklan. Lagu-lagu Indonesia atau daerah banyak yang dapat disesuaikan dengan isi iklan, untuk itu si pemasang iklan dapat berhubungan dan mengadakan pembicaraan dengan para petugas periklanan di stasiun radio siaran yang bersangkutan.

Iklan jenis ini harus diolah terlebih dahulu oleh karena itu tarifnya lebih mahal.

3. Iklan acara yang disponsori

Iklan 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 pada yang diinginkan. Stasiun radio siaran hanya menjual waktu, sedang pengisian acara diserahkan kepada si pemesan "*sponsored programme*" ini dapat diselenggarakan oleh sebuah perusahaan, juga dapat dilakukan oleh dua atau

tiga perusahaan secara bersama-sama. Dengan demikian perusahaan-perusahaan tersebut dapat menghemat biaya, tetapi dapat melaksanakan idenya dengan puas (Onong Uchjana Effendy, 1978:102-104).

Timbulnya komersialisasi dalam radio siaran di Indonesia dimulai pada awal tahun 1967, dengan alasan untuk mencukupi biaya yang benar-benar sangat diperlukan bagi kelangsungan hidup radio itu sendiri. Waktu siaran (pagi, siang, malam), baik di Indonesia maupun di luar negeri dijadikan pula dasar perhitungan tarif. Iklan yang disiarkan malam hari, lebih mahal tarifnya dari pada iklan yang disiarkan pada waktu-waktu yang lainnya. Alasannya ialah karena pada malam hari para pendengar di rumah akan lebih banyak daripada waktu-waktu lainnya. Selain itu, siaran radio dapat ditangkap lebih jelas pada malam hari.

B. Pengertian Harga

Istilah harga (*price*) mempunyai bermacam-macam makna. Kita membayar “sewa” untuk rumah tinggal sewaan kita. Kita membayar “uang sekolah” untuk menyekolahkan anak-anak kita. Kita membayar “honorarium” kepada dokter. Kita membayar “biaya” karcis menurut tarif yang berlaku untuk naik kereta api, naik bis, naik pesawat terbang dan sebagainya. Harga bagi seorang eksekutif kita namakan “gaji”. Jadi, secara singkat dapat dikatakan harga adalah jumlah uang yang diminta untuk barang atau jasa tertentu .

Dipandang secara lebih luas, dapat pula dikatakan bahwa harga adalah jumlah nilai yang dipertukarkan para konsumen untuk mencapai manfaat penggunaan barang atau jasa (Winardi, 1991:2).

Harga merupakan elemen satu-satunya dalam bauran pemasaran (*Marketing Mix*) yang menghasilkan penghasilan berupa uang (*revenue*); elemen-elemen lainnya mewakili biaya. Penetapan harga dan persaingan harga, telah dianggap orang sebagai masalah utama yang dihadapi oleh para eksekutif pemasaran pada pertengahan tahun 1980. Sekalipun demikian perlu dikatakan bahwa banyak perusahaan tidak dapat menangani masalah penetapan harga dengan baik. Kekeliruan-kekeliruan yang sering terjadi adalah:

- penetapan harga terlampau berorientasi pada biaya.
- harga tidak cukup ditinjau kembali, guna merefleksi perubahan-perubahan di pasar.
- penetapan harga tidak mempertimbangkan bagian lain dari bauran pemasaran dan
- harga tidak cukup bervariasi untuk barang-barang yang berbeda dan segmen-segmen pasar yang berbeda.

Dewasa ini, kapasitas lebih, persaingan yang makin intensif, biaya tenaga kerja yang makin meningkat, inflasi, dan banyak faktor lainnya telah menyebabkan meningkatnya persaingan harga secara tajam pada banyak industri, dan telah diberikannya relevansi baru kepada strategi-strategi penetapan harga pada semua tingkatan saluran pemasaran.

Maka, dalam situasi bisnis dewasa ini, upaya penetapan harga merupakan bidang keputusan yang sangat penting bagi manajemen bisnis.

Apabila hal ini dilaksanakan secara tepat, maka imbalannya berupa :

- volume penjualan yang meningkat;
- citra produk dan perusahaan yang makin baik saja;
- posisi pasar yang menguntungkan;
- hubungan masyarakat yang bertambah baik;
- makin sedikit intervensi dan regulasi Pemerintah.

Keputusan-keputusan harga yang kurang baik dan yang tidak dilaksanakan secara kurang tepat, cenderung menyebabkan posisi pasar yang makin melemah dan pada umumnya dalam keadaan ekstrim dapat terjadi kegagalan bisnis yang bersangkutan.

C. Tujuan Penentuan Harga

Pada dasarnya ada empat jenis tujuan penetapan harga, yaitu :

1. Tujuan Berorientasi pada Laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi. Tujuan ini dikenal dengan istilah maksimisasi laba. Dalam era persaingan global dimana kondisi yang dihadapi semakin kompleks dan semakin banyak variabel yang berpengaruh terhadap daya saing setiap perusahaan, maksimisasi laba sangat sulit dicapai, karena

sukar sekali untuk dapat memperkirakan jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

2. Tujuan Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricin objective*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.

3. Tujuan Berorientasi pada Citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah disuatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu. Tujuan stabilitas dilakukan dengan jalan

sukar sekali untuk dapat memperkirakan jumlah penjualan yang dapat dicapai pada tingkat harga tertentu. Dengan demikian tidak mungkin suatu perusahaan dapat mengetahui secara pasti tingkat harga yang dapat menghasilkan laba maksimum.

2. Tujuan Berorientasi pada Volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan istilah *volume pricing objective*. Harga ditetapkan sedemikian rupa agar dapat mencapai target volume penjualan atau pangsa pasar.

3. Tujuan Berorientasi pada Citra

Citra (*image*) suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat menetapkan harga tinggi untuk membentuk atau mempertahankan citra prestisius. Sementara itu harga rendah dapat digunakan untuk membentuk citra nilai tertentu (*image of value*), misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harganya merupakan harga yang terendah disuatu wilayah tertentu. Pada hakikatnya baik penetapan harga tinggi maupun rendah bertujuan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk yang ditawarkan perusahaan.

4. Tujuan Stabilitas Harga

Dalam pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, bila suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan pula harga mereka. Kondisi seperti ini yang mendasari terbentuknya tujuan stabilitas harga dalam industri-industri tertentu. Tujuan stabilitas dilakukan dengan jalan

menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga suatu perusahaan dan harga pemimpin industri (*industry leader*). Selain itu harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah.

D. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penentuan Harga

Menurut Kotler dan Armstrong, secara umum ada dua faktor utama yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan harga yaitu (Kotler dan Armstrong, 1994:347):

1. Faktor internal perusahaan :

a. Tujuan Pemasaran Perusahaan.

Faktor utama yang menentukan dalam penetapan harga adalah tujuan pemasaran perusahaan. Tujuan tersebut bisa berupa maksimisasi laba, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial, dan lain-lain.

b. Strategi Bauran Pemasaran

Harga hanyalah salah satu komponen dari bauran pemasaran. Oleh karena itu harga perlu dikoordinasikan dan saling mendukung dengan bauran pemasaran lainnya, yaitu produk, distribusi, dan promosi.

c. Biaya

Biaya merupakan faktor yang menentukan harga minimal yang harus ditetapkan agar perusahaan tidak mengalami kerugian. Oleh karena itu setiap perusahaan pasti menaruh perhatian besar pada aspek struktur biaya (tetap dan variabel), serta jenis-jenis biaya lainnya, seperti *out-of-pocket cost*, *incremental cost*, *opportunity cost*, *controllable cost*, dan *replacement cost*.

d. Organisasi

Manajemen perlu memutuskan siapa di dalam organisasi yang harus menetapkan harga. Setiap perusahaan menangani masalah penetapan harga menurut caranya masing-masing. Pada perusahaan kecil, umumnya harga ditetapkan oleh manajer puncak. Pada perusahaan besar, seringkali masalah penetapan harga ditangani oleh divisi atau manajer suatu lini produk. Dalam pasar industri, *salespeople* diperkenankan untuk bernegosiasi dengan pelanggannya guna menetapkan rentang (*range*) harga tertentu. Dalam industri di mana penetapan harga faktor kunci (misalnya perusahaan minyak, penerbangan luar angkasa), biasanya setiap perusahaan memiliki departemen penetapan harga tersendiri yang bertanggung jawab kepada departemen pemasaran atau manajemen puncak. Pihak-pihak lain yang memiliki pengaruh terhadap penetapan harga adalah manajer penjualan, manajer produksi, manajer keuangan dan akuntan.

2. Faktor Lingkungan Eksternal

a. Sifat Pasar dan Permintaan

Setiap perusahaan perlu memahami sifat pasar dan permintaan yang dihadapinya, apakah termasuk pasar persaingan sempurna, persaingan monopolistik, oligopoli, atau monopoli. Faktor lain yang tidak kalah pentingnya adalah elastisitas permintaan.

b. Persaingan

c. Unsur-unsur Lingkungan Lainnya

Faktor lain yang perlu dipertimbangkan oleh perusahaan adalah faktor kondisi ekonomi (inflasi, boom atau resesi, tingkat bunga), kebijaksanaan dan peraturan pemerintah, dan aspek sosial (kepedulian terhadap lingkungan).

E. Penentuan Harga Jual

Umumnya harga jual produk dan jasa standar ditentukan oleh pertimbangan permintaan dan penawaran di pasar, sehingga biaya bukan merupakan penentuan harga jual. Karena permintaan konsumen atas produk dan jasa tidak mudah ditentukan oleh manajer penentu harga jual, maka dalam penentuan harga jual, manajer tersebut akan menghadapi banyak ketidakpastian. Selera konsumen, jumlah pesaing, merupakan contoh faktor-faktor yang sulit untuk diramalkan, yang mempengaruhi pembentukan harga jual produk atau jasa di pasar.

Satu-satunya faktor yang memiliki kepastian relatif tinggi yang berpengaruh dalam penentuan harga jual adalah biaya. Biaya memberikan informasi batas bawah

suatu harga jual harus ditentukan. Di bawah biaya penuh produk atau jasa, harga jual akan mengakibatkan kerugian bagi perusahaan. Kerugian yang timbul akibat harga jual di bawah biaya produk atau jasa, dalam jangka waktu tertentu mengakibatkan perusahaan akan berhenti sebagai *going concern* atau akan mengganggu pertumbuhan perusahaan. Dengan demikian manajer penentu harga jual senantiasa memerlukan informasi biaya produk atau jasa dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual, meskipun biaya tidak menentukan harga jual dan bukan satu-satunya faktor yang harus dipertimbangkan dalam penentuan harga jual.

1. Manfaat Informasi Biaya Penuh dalam Keputusan Penentuan Harga jual

Pada dasarnya, dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa harus dapat menutup biaya penuh yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan menghasilkan laba yang dikehendaki. Biaya penuh merupakan total pengorbanan sumber daya untuk menghasilkan produk atau jasa, sehingga semua pengorbanan ini harus dapat ditutup oleh pendapatan yang diperoleh dari penjualan produk atau jasa. Di samping itu, harga jual harus pula dapat menghasilkan laba yang memadai, sepadan dengan investasi yang ditanamkan untuk menghasilkan produk atau jasa.

Informasi biaya penuh memberikan manfaat berikut ini bagi manajer penentu harga jual dalam pengambilan keputusan penentuan harga jual :

- a. Biaya penuh merupakan titik awal untuk mengurangi ketidakpastian yang dihadapi oleh pengambil keputusan.
- b. Biaya merupakan dasar yang memberikan perlindungan bagi perusahaan dari kemungkinan kerugian.

- c. Biaya penuh memberikan informasi yang memungkinkan manajer penentu harga jual melongok struktur biaya perusahaan pesaing.
- d. Biaya penuh merupakan dasar untuk pengambilan keputusan perusahaan memasuki pasar.

2. Metode Penentuan Harga Jual

Seperti telah disebutkan di atas, dalam keadaan normal, harga jual harus mampu menutup biaya penuh dan menghasilkan laba yang sepadan dengan investasi. Dalam keadaan khusus, harga jual produk tidak dibebani tugas untuk menutup seluruh biaya penuh; setiap harga jual di atas biaya variabel telah memberikan kontribusi dalam menutup biaya tetap.

Berikut ini akan diuraikan empat metode penentuan harga jual: penentuan harga jual dalam keadaan normal, penentuan harga jual dalam *cost-type contract*, dan penentuan harga jual pesanan khusus, penentuan harga jual produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan yang diatur dengan peraturan Pemerintah. Dalam keempat metode penentuan harga jual tersebut, biaya merupakan titik tolak untuk perumusan kebijakan harga jual.

a. Penentuan Harga Jual Normal (*Normal pricing*)

Dalam keadaan normal, manajer penentu harga jual menentukan informasi biaya penuh masa yang akan datang sebagai dasar penentu harga jual produk atau jasa. Metode penentuan harga jual normal seringkali disebut dengan istilah *cost plus pricing*, karena harga jual ditentukan dengan menambah biaya masa yang akan datang dengan suatu persentase *mark up* yang dihitung dengan formula tertentu.

Harga jual produk atau jasa dalam keadaan normal ditentukan dengan formula sebagai berikut:

$$\text{Harga jual} = \text{Taksiran biaya penuh} + \text{Laba yang diharapkan}$$

Adapun yang dimaksud *Cost-plus pricing* menurut Mulyadi adalah: penentuan harga jual dengan cara menambah laba yang diharapkan di atas biaya penuh masa yang akan datang untuk memproduksi dan memasarkan produk. Harga jual berdasarkan *cost-plus pricing* dihitung dengan rumus seperti yang digunakan untuk menghitung harga jual dalam keadaan normal tersebut di atas, yaitu harga jual = taksiran biaya penuh + laba yang diharapkan. Dengan demikian ada dua unsur yang diperhitungkan dalam penentuan harga jual ini: taksiran biaya penuh dan laba yang diharapkan. (Mulyadi, 1993:315)

Taksiran biaya penuh dapat dihitung dengan dua pendekatan: *full costing* dan *variable costing*. Dalam pendekatan *full costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur dibawah ini:

Biaya bahan baku	Rp xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik (variabel + tetap)	<u>xxx</u>	
Taksiran total biaya produksi		Rp xxx
Biaya administrasi dan umum	Rp xxx	
Biaya pemasaran	<u>xxx</u>	
Taksiran total biaya komersial		Rp <u>xxx</u>
Taksiran biaya penuh		Rp xxx

Dalam pendekatan *variable costing*, taksiran biaya penuh yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual terdiri dari unsur-unsur sebagai berikut:

Biaya variabel:

Biaya bahan baku	Rp xxx	
Biaya tenaga kerja langsung	xxx	
Biaya <i>overhead</i> pabrik variabel	<u>xxx</u>	
Taksiran total biaya produksi variabel		Rp xxx
Biaya administrasi dan umum variabel	Rp xxx	
Biaya pemasaran variabel	<u>xxx</u>	
Taksiran total biaya variabel		Rp xxx
Biaya tetap:		
Biaya <i>overhead</i> pabrik tetap	Rp xxx	
Biaya administrasi dan umum tetap	xxx	
Biaya pemasaran tetap	<u>xxx</u>	
Taksiran total biaya tetap		<u>xxx</u>
Taksiran biaya penuh		Rp xxx

Contoh formulir pengumpulan biaya

URAIAN	JUMLAH	
Biaya Bahan Baku		
- Kaset kosong	xxx	
- Kaset bahan diskotik	xxx	
- Kaset bahan siaran	xxx	
	Jumlah	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung		
- Gaji karyawan	xxx	
- kesejahteraan karyawan	xxx	
- iuran astek	xxx	
- bonus karyawan	xxx	
	Jumlah	xxx
Biaya Overhead Pabrik		
- rekening listrik	xxx	
- perbaikan dan pemeliharaan alat	xxx	
- pemeliharaan dan perbaikan generator	xxx	
- biaya asuransi	xxx	
	Jumlah	xxx
Biaya Administrasi dan Umum		
- rekening telpon	xxx	
- biaya langganan majalah	xxx	
- biaya supplies kantor	xxx	
- biaya rapat dan pertemuan	xxx	
	Jumlah	xxx
Biaya Pemasaran		
- biaya promosi	xxx	
- penyusutan dan amortisasi	xxx	
- biaya hadiah	xxx	
- biaya cetak	xxx	
- biaya bantuan sosial	xxx	
- biaya off air	xxx	
- biaya lain-lain	xxx	
	Jumlah	xxx
JUMLAH SELURUH BIAYA		xxx

Rumus Perhitungan Harga Jual per Unit

Jika biaya dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, baik dalam pendekatan *full costing* maupun *variable costing*, biaya penuh masa yang akan datang dibagi menjadi dua: biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk dan biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk. Dalam penentuan harga jual, taksiran biaya penuh yang secara langsung berhubungan dengan volume produk dipakai sebagai dasar penentuan harga jual, sedangkan taksiran biaya penuh yang tidak dipengaruhi oleh volume produk ditambahkan kepada laba yang diharapkan untuk kepentingan perhitungan persentase *markup*.

Rumus perhitungan harga jual atas dasar biaya secara umum dapat dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$\text{Harga Jual per Unit} = \frac{\text{Biaya yang Berhubungan Langsung dengan Volume}}{\text{(per Unit)}} + \text{Persentase Markup}$$

Perhitungan *markup* dihitung dengan rumus:

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang Tidak Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}{\text{Biaya yang Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}$$

Terdapat perbedaan konsep langsung dan tidak langsungnya biaya dengan volume antara metode *full costing* dengan metode *variable costing*. Konsep biaya yang berhubungan langsung dengan volume menurut metode *full costing* adalah berupa biaya produksi, sedangkan biaya yang tidak berhubungan langsung dengan volume adalah berupa biaya non produksi.

Variable costing memandang dengan cara yang berbeda terhadap biaya yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk bila dibandingkan dengan *full costing*. Dalam pendekatan *variable costing*, biaya penuh yang dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya variabel, sedangkan biaya penuh yang tidak dipengaruhi secara langsung oleh volume produk terdiri dari biaya tetap.

b. Penentuan Harga Jual dalam *Cost-type Contract*

Cost-type contract adalah kontrak pembuatan produk atau jasa yang pihak pembeli setuju untuk membeli produk atau jasa pada harga yang didasarkan pada total biaya yang sesungguhnya dikeluarkan oleh produsen ditambah dengan laba yang dihitung sebesar persentase tertentu dari total biaya sesungguhnya tersebut. Jika dalam keadaan normal, harga jual produk atau jasa yang akan dijual di masa yang akan datang ditentukan dengan metode *cost-plus pricing*, berdasarkan taksiran biaya penuh sebagai dasar, dalam *cost-type contract* harga jual yang dibebankan kepada konsumen dihitung berdasarkan biaya penuh sesungguhnya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi dan memasarkan produk.

c. Penentuan Harga Jual Pesanan Khusus

Sebelum diuraikan rumus perhitungan harga jual pesanan khusus, perlu dijelaskan lebih dahulu pengertian pesanan khusus. Pesanan khusus merupakan pesanan yang diterima oleh perusahaan di luar pesanan reguler perusahaan. Biasanya konsumen yang melakukan pesanan khusus ini meminta harga dibawah harga jual normal, bahkan seringkali harga yang diminta oleh konsumen berada dibawah biaya penuh, karena biasanya pesanan khusus mencakup jumlah yang besar.

Dalam mempertimbangkan penerimaan pesanan khusus, informasi akuntansi diferensial merupakan dasar yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual. Jika harga yang diminta oleh pesanan (harga jual pesanan khusus) lebih besar dari biaya diferensial yang berupa biaya variabel untuk memproduksi dan memasarkan pesanan khusus tersebut, maka pesanan khusus dapat dipertimbangkan untuk diterima. Biaya diferensial yang dipakai sebagai landasan penentuan harga jual pesanan khusus dapat pula terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap, manakala pesana khusus diperkirakan menyebabkan perubahan volume kegiatan melampaui kisar perubahan yang menjadikan biaya tetap bertambah.

d. Penentuan Harga Jual Produk Atau Jasa yang Dihasilkan oleh Perusahaan yang Diatur dengan Peraturan Pemerintah

Dalam penentuan harga jual normal, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual dihitung dengan menggunakan salah satu pendekatan: *full costing* atau *variable costing*. Dalam penentuan harga jual yang diatur dengan Peraturan Pemerintah, biaya penuh masa yang akan datang yang dipakai sebagai dasar penentuan harga jual tersebut dihitung dengan menggunakan pendekatan *full costing* saja, karena pendekatan *variable costing* tidak diterima sebagai prinsip akuntansi yang lazim.

Informasi akuntansi penuh bermanfaat untuk penentuan harga jual produk atau jasa diatur dengan Peraturan Pemerintah terdiri dari biaya penuh masa yang akan datang yang akan dikeluarkan untuk menghasilkan produk atau jasa dan aktiva penuh yang akan digunakan untuk menghasilkan produk atau jasa tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis penelitian

Penelitian yang akan dilaksanakan berupa studi komparasi di perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA. Jenis penelitian studi komparasi ini merupakan penelitian terhadap objek tertentu pada perusahaan, yang pengumpulan datanya dengan menggunakan beberapa elemen dan kemudian masing-masing elemen tersebut diselidiki. Kesimpulan yang diperoleh dari analisis hanya berlaku untuk variabel yang diteliti dan juga hanya berlaku bagi perusahaan yang bersangkutan.

B. Variabel Penelitian

1. Variabel penelitian dalam masalah pertama ini adalah penentuan tarif pemasangan iklan.
2. Variabel penelitian pada masalah kedua adalah penyebab perbedaan tarif pada ketiga perusahaan.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Penelitian dilakukan di perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA.

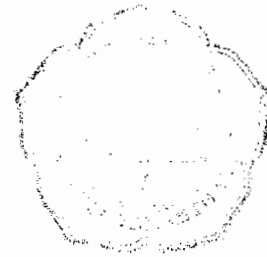
2. Waktu penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai dengan bulan Mei tahun 2000.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

- a. Pimpinan
- b. Staf administrasi dan umum
- c. Personalia



2. Objek penelitian

Objek penelitian adalah sesuatu yang menjadi pokok pembicaraan yang di dalam penelitian. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah metode penentuan tarif iklan.

E. Data yang dicari

1. Sejarah dan gambaran umum perusahaan
2. Data biaya yang dianggarkan dan biaya yang sesungguhnya.
3. Tarif pemasangan iklan
4. Langkah-langkah penentuan tarif

F. Teknik pengumpulan data

1. Wawancara

Teknik wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan secara lisan dan tulisan.

2. Observasi

Teknik observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap objek peneliti.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan mempelajari catatan-catatan perusahaan yang berhubungan dengan penelitian.

G. Teknik Analisis Data

1. Teknik analisis deskriptif

Teknik analisis deskriptif yaitu penyajian data dari hasil penelitian mengenai elemen-elemen yang berhubungan dengan penentuan tarif pemasangan iklan dan prosedur penentuan tarif pemasangan iklan.

2. Teknik analisis komparatif

Teknik analisis komparatif yaitu dengan memahami data dan membandingkan antara hasil temuan lapangan dengan teori yang ada.

Adapun langkah-langkah analisis data yang dilakukan:

1. Analisis masalah pertama

- a. Mencatat seluruh taksiran biaya pada perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA.
- b. Menggolongkan biaya-biaya tersebut dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya *overhead* pabrik, biaya administrasi dan umum, dan biaya pemasaran.

Formulir pengumpulan biaya

URAIAN	JUMLAH
Biaya Bahan Baku	xxx
Biaya Tenaga Kerja Langsung	xxx
Biaya Overhead Pabrik	xxx
Biaya Administrasi dan Umum	xxx
Biaya Pemasaran	xxx
JUMLAH SELURUH BIAYA	xxx

- c. Menyajikan perhitungan tarif menurut perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA.
- d. Menyajikan perhitungan tarif berdasarkan teori untuk perusahaan Radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA.

Langkah yang dilakukan untuk menghitung tarif pemasangan iklan menurut kajian teori adalah sebagai berikut:

1. Menghitung persentase Mark up dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Persentase Markup} = \frac{\text{Laba yang diharapkan} + \text{Biaya yang Tidak Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}{\text{Biaya yang Dipengaruhi Langsung oleh Volume Produk}}$$

2. Menghitung tarif pemasangan iklan dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Harga Jual per Unit} = \text{Biaya yang Berhubungan Langsung dengan Volume} + \text{Persentase Markup (per Unit)}$$

- e. Membandingkan perhitungan tarif menurut perusahaan dan perhitungan tarif yang berdasarkan teori.
 - f. Menilai perbandingan tersebut dan menentukan perhitungan penentuan tarif yang dilakukan oleh perusahaan sudah tepat atau belum berdasarkan analisis selisih. Bila selisih perhitungan tersebut kurang dari 1% maka penentuan tarif tersebut sangat tepat; bila selisih antara 1% - 5% maka perhitungan tersebut tepat; bila selisih antara 5% - 10% maka berarti kurang tepat dan bila selisih lebih dari 10% berarti tidak tepat.
2. Untuk menjawab masalah kedua dilakukan langkah-langkah sebagai berikut
 - a. Mengumpulkan data penentuan tarif pemasangan iklan pada ketiga perusahaan yang meliputi:

- langkah atau prosedur penentuan tarif
 - kebijaksanaan perusahaan dalam menentukan tarif
- b. Membandingkan data yang diperoleh dari ketiga perusahaan tersebut.
- c. Menganalisis penyebab perbedaan berdasarkan data yang ada.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Radio Republik Indonesia (RRI)

1. Sekilas Tentang Berdirinya Perusahaan RRI Yogyakarta

Kita mengetahui bahwa berdirinya RRI tidak lepas dari Jaman Kolonial Belanda, Jaman Jepang dan Jaman Indonesia Merdeka.

a. Zaman Belanda (1934-1942)

Sejarah RRI Yogyakarta tidak bisa lepas dari situasi kolonial Belanda. Sebab lahirnya RRI Yogyakarta tidak terlepas dari munculnya stasiun radio penyiaran swasta dimasa lalu. Radio siaran yang muncul pertama kali di Indonesia adalah Bataviase Radio Vereniging (BRV) yang berdiri di Jakarta tanggal 16 Juni 1925. Setelah itu di daerah-daerah lain, khususnya di Pulau Jawa muncul banyak radio siaran swasta.

Memasuki dasa warsa 1930-an di Yogyakarta berdiri beberapa studio siaran, antara lain : MAVRO, VADERA, VERAL, VAN WINGEN, dan sudah barang tentu NIROM yang berpusat di Jakarta. Namun dari sejumlah stasiun radio siaran yang ada tersebut MAVRO-lah yang kemudian disebut-sebut sebagai cikal bakal (embrio) dari RRI Yogyakarta, meskipun studi kritis mengenai hal itu sampai pada suatu kesimpulan bahwa klaim seperti itu sebetulnya tidak seluruhnya benar. Namun selama tidak adanya penegasian dari anggapan tersebut, sudah barang tentu pendapat itu dianggap benar adanya. Dengan berdasarkan kebenaran anggapan tersebut maka sudah pada tempatnya wacana mengenai sejarah RRI Yogyakarta dimulai dari kelahiran MAVRO.

MAVRO merupakan singkatan dari *Mataramse Voor Radio Omroep* atau Perkumpulan Penyiar Radio di Mataram (Yogyakarta). Jika dilihat dari waktu pelantikan para Panitia pendirinya maka dapat dikatakan bahwa MAVRO berdiri tanggal 8 Februari 1934. Namun didasarkan pada waktu penyelenggaraan siaran yang pertama, tidak salah bila dikatakan bahwa MAVRO berdiri tanggal 22 Februari 1934.

Pada awal berdirinya MAVRO hanya bersiaran 3 (tiga) kali seminggu dengan menggunakan pemancar milik tuan Van Deutekom, seorang yang berkebangsaan Belanda. Saat itu mengudara pada gelombang 55,97 meter tapi kemudian berubah menjadi 153,06 meter. Mulai 1 Desember 1938 MAVRO menggunakan 2 (dua) buah pemancar, yaitu : YDL 5 dengan gelombang 87,98 meter, dan YDL 8 dengan gelombang 92,95 meter. Dengan digunakannya 2 (dua) buah pemancar tersebut maka MAVRO tidak kesulitan untuk menyelenggarakan siarannya setiap hari. Menarik untuk disimak dalam sejarah perkembangan MAVRO adalah keterlibatan para bangsawan Yogyakarta, baik Kasultanan maupun Pakualaman.

b. Zaman Jepang (1942-1945)

Bagi bangsa Indonesia masa pendudukan Jepang merupakan periode waktu yang penuh kejutan. Berbagai kebijakan politik Jepang dirasakan sebagai usaha untuk memutus ikatan emosional bangsa Indonesia dengan segala aspek yang ditinggalkan oleh pemerintah Hindia Belanda. Pemakaian Bahasa Belanda dilarang, diganti dengan pengajaran Bahasa Jepang, sedang untuk bahasa sehari-hari dipakai Bahasa Indonesia.

Dalam bidang radio siaran Jepang menerapkan kebijakan yang tidak kalah dramatisnya. Radio-radio siaran amatir yang sudah berkembang semasa pemerintahan

kolonial Belanda semuanya dibubarkan. Jepang kemudian membentuk suatu badan penyiaran radio tersendiri yang kemudian dinamakan HOSO KANRI KYOKU, dengan cabang-cabangnya bernama HOSO KYOKU. Jawatan tersebut berkantor pusat di Jakarta dengan 7 (tujuh) kantor cabangnya berada di Bandung, Purwokerto, Yogyakarta, Surakarta, Malang, Surabaya dan Semarang. Setiap HOSO KYUKO di daerah-daerah kabupaten membuka kantor cabang yang dinamakan SHODANSO. Pada waktu itu bengkel-bengkel reparasi radio pun harus diawasi dan untuk itu pelaksanaannya diserahkan kepada SHODANSO.

Selama masa pendudukan militer Jepang siaran radio di Indonesia banyak dipakai untuk kepentingan propoganda politik. Meskipun para pemimpin pergerakan, satu diantaranya Ir. Sukarno, diberikan kesempatan untuk berbicara di corong radio namun tetap berada di bawah pengawasan yang ketat. Karena kecerdikan Sukarno, meskipun dalam pengawasan yang ketat tetap saja bisa digelorakan semangat kebangsaan dan semangat perjuangan untuk memperrebutkan kemerdekaan.

c. Zaman Kemerdekaan (1945 - 1950)

Proklamasi kemerdekaan RI ternyata diikuti dengan kebijakan penghentian siaran dari Hosokyo oleh pihak pemerintah Jepang terhitung sejak tanggal 19 Agustus 1945. Hal ini sudah tentu menimbulkan kebingungan tersendiri pada masyarakat luas, karena kehilangan saluran informasi untuk mengetahui apa yang harus dilakukan setelah diproklamasikannya kemerdekaan negara tersebut.

Tanggal 11 September 1945 merupakan hari yang bersejarah bagi RRI. Pada pukul 17.00 tanggal tersebut delegasi radio yang terdiri dari: Dr Abdulrachman Saleh,

Adang Kadarusman, Suhardi, Sutardi Harjolukito, Sumarmadi, Sudomomarto, Harto, dan Mahadi telah siap di bekas gedung Raad Van Indie Pejambon, Jakarta untuk beraudiensi dengan Sekretaris Negara Mr. A.G. Pringgodigdo. Hal ini dilakukan atas saran Mr. Oetojo Ramelan yang waktu itu menjabat sebagai pemimpin Hosokanri Kyoku.

2. Personalia

a. Jumlah karyawan

Perusahaan radio RRI Yogyakarta dalam menjalankan aktivitasnya memiliki 253 karyawan yang terdiri dari karyawan bagian siaran, karyawan bagian administrasi dan keuangan, karyawan bagian administrasi perusahaan, dan bagian keamanan dan satpam. Adapun pembagian karyawan menurut statusnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Jumlah karyawan perusahaan radio RRI Yogyakarta

Karyawan	Jumlah
A. Pimpinan perusahaan	1 orang
B. Karyawan bagian siaran	129 orang
C. Karyawan bagian administrasi perusahaan	70 orang
D. Karyawan bagian administrasi keuangan	16 orang
E. Penyiar	16 orang
F. Satpam atau keamanan	21 orang
Jumlah	<hr/> 253 orang

b. Jam kerja karyawan

Dalam keadaan normal, karyawan perusahaan radio RRI Yogyakarta bekerja selama enam hari kerja, yaitu mulai hari senin sampai dengan hari sabtu, kecuali untuk penyiar yang bertugas pada hari minggu tetap bertugas. Jam kerja karyawan dimulai dari pukul 08.00 WIB dan berakhir pukul 15.00 WIB, sedangkan untuk istirahat bagi karyawan perusahaan radio RRI tidak ada maksudnya karyawan RRI bebas untuk istirahat kapan saja maunya.

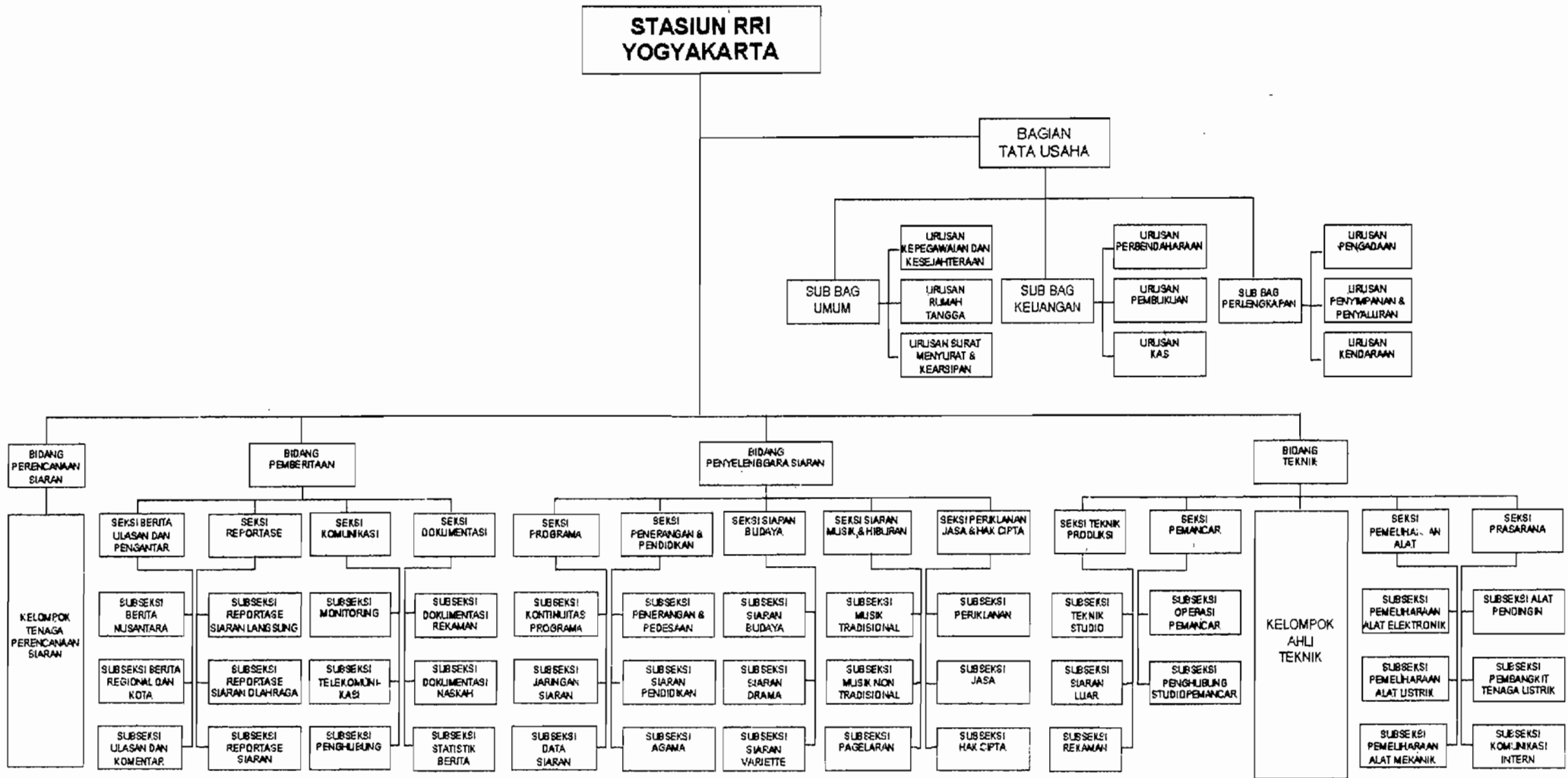
c. Sistem penggajian dan pengupahan

Sistem penggajian dan pengupahan karyawan seluruhnya menurut PP tahun 1997.

3. Struktur organisasi

Berhasil tidaknya perusahaan di dalam pencapaian tujuan, tergantung dari kemampuan pimpinan dalam mengelolanya. Pada perusahaan radio RRI Yogyakarta bentuk struktur organisasinya tampak pada gambar 1 hal : 34

STRUKTUR ORGANISASI STASIUN RRI NUSANTARA II YOGYAKARTA



Gambar 1. Struktur Organisasi Perusahaan Radio RRI Nusantara II Yogyakarta
 Sumber : Perusahaan Radio RRI Nusantara II Yogyakarta

Untuk itu perlu adanya kerja sama antara pimpinan dan karyawan sebagai pelaksana dalam pembagian tugas dan wewenang pembagian tugas dan wewenang itu dapat dilihat dibawah ini.

1. Urusan Kepegawaian dan Kesejahteraan mempunyai tugas melakukan urusan kepegawaian dan kesejahteraan pegawai.

Perincian tugas Urusan Kepegawaian dan Kesejahteraan adalah:

- a. Menginventarisasi volume pekerjaan dan tenaga yang dibutuhkan.
- b. Menentukan kebutuhan tenaga, kualitas dan kuantitasnya.
- c. Melakukan pra-tes terhadap pelamar calon pegawai.
- d. Membantu tes penerimaan pegawai.
- e. Melakukan pengusulan dengan kelengkapan data yang diperlukan untuk diangkat sebagai calon pegawai negeri sipil.
- f. Menyerahkan surat pengangkatan dan mempekerjakan pegawai yang bersangkutan.
- g. Membuat pengusulan kartu pegawai.
- h. Mengikutsertakan pegawai yang bersangkutan pada latihan prajabatan.
- i. Mengusulkan pengangkatan sebagai pegawai negeri sipil dengan persyaratan yang telah ditentukan.
- j. Penelitian masa kerja.
- k. Mengusulkan rencana formasi.
- l. Menyiapkan kenaikan gaji berkala.
- m. Menyiapkan kenaikan pangkat.

2. Urusan Rumah Tangga mempunyai tugas melakukan urusan kerumahtanggaan dan keamanan intern.

Perincian tugas Urusan Rumah Tangga adalah:

- a. Melaksanakan kebersihan ruang kerja, studio, pemancar, auditorium, kantor, rumah jabatan, mes, halaman dan lingkungannya.
 - b. Melakukan kebersihan sarana kerja.
 - c. Melakukan pengamanan bangunan, peralatan, personalia, dan kegiatan intern.
 - d. Melakukan koordinasi penjagaan keamanan intern dengan mengatur giliran jaga satpam siang maupun malam.
 - e. Melakukan pengaturan tugas penerimaan tamu.
 - f. Melakukan pengamanan penggunaan sarana telekomunikasi.
 - g. Melakukan pengaturan parkir dan penjagaan kendaraan.
 - h. Melakukan pengaturan tata tempat dan perlengkapan untuk kepentingan rapat atau pertemuan.
 - i. Melakukan laporan kerusakan-kerusakan yang terjadi atas perlengkapan kantor, ruang kerja, pemancar, auditorium, kantor, rumah jabatan, mes, halaman dan lingkungan.
 - j. Melakukan perawatan peralatan kantor.
 - k. Melakukan kegiatan kurir (pengantar pesan).
 - l. Membuat laporan secara periodik, mingguan, bulanan, tahunan.
3. Urusan Surat-menyurat dan Arsip mempunyai tugas melakukan urusan surat-menyurat dan kearsipan.

Perincian tugas Urusan Surat-menyurat dan Arsip adalah:

- a. Melakukan penerimaan atau pengiriman surat, paket, dokumen, naskah, barang, bahan siaran dengan membuat surat pengantar dan tanda terima.
 - b. Melakukan pembukaan sampul surat (kecuali pribadi atau rahasia).
 - c. Melakukan ekspedisi atau pengagendaan pengiriman dan penerimaan surat, paket, dokumen, naskah, barang, dan bahan siaran.
 - d. Menyampaikan surat-surat, paket, dokumen, naskah, barang, bahan siaran kepada pimpinan atau yang bersangkutan.
 - e. Melakukan pengarsipan secara teratur dan melayani peminjaman arsip.
 - f. Melakukan penggandaan, foto kopy, stensil surat-surat.
 - g. Melakukan pengambilan surat melalui kotak pos.
 - h. Memproses surat-surat, dari pengonsepan dan pengiriman surat.
 - i. Melakukan laporan secara periodik mingguan, bulanan, tahunan.
4. Urusan Pembukuan mempunyai tugas melakukan urusan pembukuan dan tata usaha keuangan.

Perincian tugas Urusan Pembukuan adalah:

- a. Menyiapkan dan menyusun Daftar Isian Fisik Operasional (DISFO) dan Daftar Usulan Kegiatan (DUK).
- b. Meneliti bukti-bukti pengeluaran setiap Mata Anggaran (MA).
- c. Mengerjakan kartu gaji pegawai.

- d. Mengerjakan pembukuan penerimaan atau pengeluaran ke buku-buku pembantu per Mata Anggaran Kegiatan (MAK) dan uang yang harus dipertanggungjawabkan (UYHD).
 - e. Mengelompokkan bukti-bukti pengeluaran per Mata Anggaran sesuai Surat Pertanggungjawaban (SPJ).
 - f. Mengirim Surat Pertanggungjawaban (SPJ) Anggaran Rutin dan pungutan PPN atau PPH.
 - g. Melakukan penyeteroran PPN atau PPH.
 - h. Mengajukan permohonan saldo rekening Bank setiap akhir bulan.
 - i. Pengetikan Daftar Gaji Pegawai, Daftar SPJ atau SPP dan laporan realisasi anggaran, kuitansi uang lelah siaran, bukti-bukti pungutan PPN atau PPH.
 - j. membuat laporan secara periodik.
5. Urusan Kas mempunyai tugas melakukan urusan pembayaran.

Perincian tugas Urusan Kas adalah:

- a. Mengecek ulang atas tagihan-tagihan yang telah mendapat persetujuan kepala stasiun dan telah dibukukan oleh bendaharawan rutin ke dalam buku kas umum.
- b. Melakukan pembukuan di buku harian.
- c. Melakukan pembayaran baik secara tunai maupun giral
- d. Mengerjakan pembukuan penerimaan dan pengeluaran pada buku bank .
- e. Menyerahkan kembali bukti-bukti pengeluaran yang telah lunas dibayar kepada bendaharawan penerima.
- f. Melakukan pencocokan data kas dengan buku kas umum bendaharawan rutin.

g. Membuat laporan secara periodik.

6. Urusan Pengadaan mempunyai tugas melakukan urusan pembelian barang-barang.

Perincian tugas Urusan Pengadaan adalah:

- a. Menerima permintaan barang untuk kebutuhan dinas, setelah disetujui kepala stasiun melalui kepala subbag perlengkapan.
- b. Mengadakan survai ke toko untuk mengetahui mutu dan harga barang.
- c. Melaksanakan pengadaan barang
- d. Melakukan pencatatan dan pengecekan mutu dan keadaan barang.
- e. Menyerahkan barang kepada urusan penyimpanan dan penyaluran.
- f. Membuat laporan secara periodik.

7. Urusan Penyimpanan dan Penyaluran mempunyai tugas melakukan urusan pergudangan, penyimpanan, dan penyaluran barang-barang.

Perincian tugas Urusan Penyimpanan dan Penyaluran adalah:

- a. Menerima penyerahan barang dari urusan pengadaan.
- b. Mencatat, memberi nomor kode, dan menyimpan barang yang diterima.
- c. Menyalurkan dan menyerahkan barang kepada pemakai setelah mendapat persetujuan kepala stasiun.
- d. Membuat kartu barang inventaris dan suku cadang.
- e. Membuat Daftar Inventaris Ruangan (DIR) dan Kartu Inventaris Barang (KIB), serta mencocokkan secara berkala.
- f. Melakukan stock opname (pencocokan) persediaan barang di gudang tiap akhir tahun anggaran.

- g. Mengontrol dan memelihara kondisi gudang.
 - h. Pemeliharaan Gudang, Rumah Dinas, dan Inventaris, pengecekan kondisi barang atau gudang, penentuan kerusakan dan penyusunan skala prioritas, mencari atau menghubungi bengkel atau pemborong untuk melakukan perbaikan atau servis, menentukan biaya dan kontrak kerja, melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan servis, serta mengadakan ceking hasil kerja.
 - i. Membuat laporan secara periodik.
8. Urusan Kendaraan mempunyai tugas melakukan urusan angkutan dan kendaraan.

Perincian tugas Urusan Kendaraan adalah:

- a. Melayani angkutan operasional dan administratif.
 - b. Mengatur jadwal dinas pegemudi.
 - c. Melakukan penggarasian kendaraan dinas.
 - d. Menyediakan bahan bakar, minyak pelumas, servis dan suku cadang.
 - e. Melakukan pengurusan surat-surat kendaraan.
 - f. Membuat surat rekomendasi dengan pihak luar, dalam hal perbaikan kendaraan tidak bisa dilakukan sendiri.
 - g. Mencatat kegiatan pemakaian kendaraan dan bahan bakar.
 - h. Membuat laporan pemakaian kendaraan secara periodik.
9. Bidang Perencanaan Siaran mempunyai tugas menyusun perencanaan pembuatan acara siaran jangka panjang dan jangka pendek untuk Program Nusantara, Regional, dan Kota.

Perincian tugas Bidang Perencanaan Siaran adalah:

- a. Mengumpulkan dan menyusun data atau bahan siaran dalam rangka merencanakan siaran.
 - b. Menyusun pola acara siaran tahunan.
 - c. Membuat klasifikasi dan kualifikasi acara siaran.
 - d. Menyusun kelender peristiwa tahunan.
 - e. Menyusun anggaran per mata acara siaran.
 - f. Menyusun jadwal acara siaran harian.
 - g. Menyusun bentuk acara siaran.
 - h. Menyusun spesifikasi tenaga dan naskah acara harian.
 - i. Membahas bahan siaran.
 - j. Mengawasi jalannya pelaksanaan produksi.
 - k. Mengevaluasi hasil produksi.
 - l. Mengevaluasi pelaksanaan siaran.
 - m. Membuat leaflet acara siaran.
 - n. Menyeleksi, mengaudisi dan mengundang pengisi siaran.
10. Subseksi Berita Nusantara mempunyai tugas melakukan pengolahan Berita nusantara.

Perincian tugas Subseksi Berita nusantara adalah:

- a. Menumpulkan dan menyusun data serta informasi untuk dijadikan siaran Berita Nusantara.
- b. Menghimpun dan menyeleksi bahan berita untuk siaran Berita Nusantara.
- c. Menentukan materi Berita Nusantara.

- d. Menulis naskah Berita Nusantara, baik dalam bahasa Indonesia, dan bahasa Jawa.
 - e. Mengoreksi naskah Berita Nusantara.
 - f. Menentukan durasi atau masa putar Berita Nusantara.
 - g. Menyusun urutan item Berita Nusantara.
 - h. Melaksanakan pembahasan reaksi Berita Nusantara.
 - i. Mengawasi dan mengevaluasi jalannya siaran Berita Nusantara.
 - j. Mengevaluasi umpan balik penyiaran Berita Nusantara.
 - k. Memilih dan menentukan item Berita Nusantara untuk dikirim ke Subdit Pemberitaan, Direktorat Radio Jakarta.
 - l. Membuat laporan periodik, mingguan, bulanan, dan tahunan.
11. Subseksi Berita Regional dan kota mempunyai tugas melakukan pengolahan Berita Regional dan kota.
- Perincian tugas Subseksi Berita Regional dan kota adalah:
- a. Mengumpulkan dan menyusun data serta informasi untuk dijadikan siaran Berita Daerah dan Berita Kota.
 - b. Menghimpun dan menyeleksi bahan berita untuk siaran Berita Daerah dan Berita Kota.
 - c. Menentukan materi Berita Daerah dan Berita Kota.
 - d. Menulis naskah Berita Daerah dalam bahasa Indonesia.
 - e. Menyusun naskah Berita Kota dalam bahasa Indonesia dan Inggris.
 - f. Mengoreksi naskah Berita Daerah dan Kota.

- g. Menentukan durasi atau masa putar Berita Daerah dan Kota.
 - h. Menyusun urutan item Berita Daerah dan Kota.
 - i. Melaksanakan pembahasan redaksi Berita Daerah dan Kota.
 - j. Mengawasi dan mengevaluasi jalannya siaran Berita Daerah dan Kota.
 - k. Mengevaluasi umpan balik penyiaran Berita Daerah dan Kota.
 - l. Memilih dan menyusun Berita-berita pelayanan masyarakat.
 - m. Membuat laporan periodik mingguan, bulanan, dan tahunan.
12. Subseksi Ulasan dan Komentar mempunyai tugas melakukan siaran Ulasan dan Komentar.

Perincian tugas Subseksi Ulasan dan Komentar adalah:

- a. Mengusahakan bahan untuk siaran Ulasan Berita, Ulasan Pers, Komentar, Parlementaria, dan siaran Kaleidoskop.
- b. Menentukan materi Ulasan Komentar, Tinjauan, Parlementaria, Varia, dan siaran kaleidoskop.
- c. Menulis naskah siaran Ulasan Berita, Ulasan Pers, Komentar Tinjauan, Parlementaria, Varia, dan siaran Kaleidoskop.
- d. Mengoreksi naskah Ulasan, Komentar, Tinjauan, Parlementaria, Varia, dan siaran Kaleidoskop.
- e. Mengikuti pertemuan dalam pembahasan program siaran komentar.
- f. Mengawasi jalannya siaran Ulasan, Komentar, Tinjauan, Parlementaria, Varia, dan siaran Kaleidoskop.

- g. Mengevaluasi umpan balik siaran Ulasan, Komentar, Tinjauan, Parlementaria, Varia, dan siaran Kaleidoskop.
- h. Membuat laporan periodik mingguan, bulanan, tahunan.

13. Subseksi Reportase Siaran Langsung mempunyai tugas melakukan reportase siaran langsung.

Perincian tugas Subseksi Reportase Siaran Langsung adalah:

- a. Mengumpulkan atau menyusun data atau informasi untuk peliputan berita;
- b. Mengusulkan rumusan obyek liputan;
- c. Melaksanakan tugas peliputan berita;
- d. Mengumpulkan dan menyusun bahan penunjang berita berupa sisipan atau actuality insert, rekaman pidato, wawancara, statement, uraian, maupun voice report atau laporan pandangan mata;
- e. Mengikuti pertemuan produksi siaran langsung;
- f. Mengikuti gladi resik acara yang akan disiarkan langsung;
- g. Melakukan laporan pandangan mata siaran langsung;
- h. Mengevaluasi umpan balik siaran langsung;
- i. Melakukan ulasan atau komentar langsung;
- j. Menyiapkan koordinasi operasi liputan;
- k. Menyiapkan hasil liputan untuk diikutsertakan dalam kompetisi tingkat Nasional;
- l. Menyusun laporan periodik mingguan, bulanan, tahunan.

14. Subseksi Reportase Olahraga mempunyai tugas melakukan reportase olahraga.

Perincian tugas Subseksi Reportase Olahraga adalah:

- a. Mengumpulkan dan menyusun data atau informasi untuk peliputan, siaran langsung, dan siaran tunda olahraga.
- b. Mengusulkan rumusan objek liputan siaran olahraga.
- c. Melaksanakan tugas peliputan atau siaran langsung atau siaran tunda olahraga.
- d. Mengumpulkan dan menyusun bahan penunjang berita atau laporan olahraga berupa sisipan atau actuality insert, rekaman pidato, wawancara.
- e. Menyusun kelender peristiwa siaran olahraga.
- f. Menyiapkan naskah laporan siaran tunda atau siaran langsung olahraga.
- g. Mengikuti pertemuan produksi siaran langsung atau siaran tunda olahraga.
- h. Mengikuti gladi resik acara olahraga yang akan disiarkan secara langsung.
- i. Melakukan laporan pandangan mata siaran langsung olahraga.
- j. Menyuplai laporan siaran olahraga.
- k. Mengevaluasi umpan balik siaran olahraga.
- l. Menyiapkan koordinasi operasi liputan olahraga.
- m. Membuat laporan periodik mingguan, bulanan, tahunan.

15. Subseksi Reportase Siaran Kemudian mempunyai tugas melakukan reportase untuk siaran kemudian.

Perincian tugas Subseksi Reportase Siaran Kemudian adalah:

- a. Mengumpulkan dan menyusun data atau informasi untuk liputan berita siaran kemudian atau laporan tunda.

- b. Mengusulkan rumusan objek liputan berita siaran kemudian atau laporan tunda.
 - c. Melaksanakan tugas peliputan untuk berita dan laporan tunda.
 - d. Mengumpulkan dan menyusun bahan penunjang siaran berita dan laporan tunda.
 - e. Menyusun tim pelaksana laporan olahraga.
 - f. Menyusun naskah laporan tunda.
 - g. Mengikuti pertemuan produksi laporan tunda.
 - h. Mengikuti dan mengawasi proses editing hasil rekaman untuk bahan laporan tunda.
 - i. Melakukan siaran pandangan mata untuk bahan laporan tunda.
 - j. Melakukan cekling audit hasil liputan.
 - k. Mengevaluasi umpan balik siaran tunda.
 - l. Menyusun laporan tunda untuk dikirimkan ke Subdit Pemberitaan Jakarta.
 - m. Menyiapkan hasil liputan untuk diikuti dalam kompetisi tingkat nasional.
 - n. Menyerahkan data penting siaran untuk dokumentasi kaleidoskop.
 - o. Menyusun laporan secara periodik mingguan, bulanan, tahunan.
16. Subseksi Monitoring mempunyai tugas melakukan monitoring siaran radio dalam negeri dan berita teleks
- Perincian tugas Subseksi Monitoring adalah:
- a. Menyusun jadwal dinas pemantau.
 - b. Melakukan persiapan pemantauan.
 - c. Melakukan pemantauan dan merekam siaran radio dan berita teleks.
 - d. Melakukan transkripsi hasil pemantauan.

- e. Mengoreksi hasil transkripsi.
- f. Menghimpun dan memilih hasil transkripsi yang akan didistribusikan.
- g. Melakukan pengarsipan dan distribusi transkripsi.
- h. Menyusun laporan periodik.

17. Subseksi Telekomunikasi mempunyai tugas melakukan komunikasi timbal balik melalui telegrafi.

Perincian tugas Subseksi Telekomunikasi adalah

- a. Menyusun jadwal petugas dinas telekomunikasi.
- b. Melakukan persiapan pengiriman dan penerimaan berita atau bahan siaran dan nota dinas.
- c. Mengirim dan menerima berita atau bahan siaran dan nota dinas dari pusat ke daerah atau sebaliknya.
- d. Mengoreksi hasil penerimaan berita atau bahan siaran dan nota dinas.
- e. Menghimpun dan memilih hasil penerimaan berita atau bahan siaran dan nota dinas yang akan didistribusikan kepada yang bersangkutan dengan mengamankan segi kerahasiannya.
- f. Menyusun laporan secara periodik.

18. Subseksi Penghubung mempunyai tugas melakukan hubungan antar instansi Departemen Penerangan dalam kaitan komunikasi elektronik.

Perincian tugas Subseksi Penghubung adalah:

- a. Mengambil berita atau bahan siaran dari redaksi untuk disampaikan ke petugas telekomunikasi atau sebaliknya.

- b. Mengambil nota dinas dari kepala stasiun disampaikan ke petugas telekomunikasi untuk dikirim.
 - c. Mengambil nota dinas yang telah diterima oleh petugas telekomunikasi untuk didistribusikan.
 - d. Mengambil dan mendistribusikan nota dinas dari petugas telekomunikasi untuk disampaikan keberbagai instansi jajaran Departemen Penerangan Daerah Istimewa Yogyakarta.
 - e. Menyusun laporan secara periodik.
19. Subseksi Dokumentasi Rekaman mempunyai tugas melakukan dokumentasi rekaman.

Perincian tugas Subseksi Dokumentasi Rekaman adalah:

- a. Mengumpulkan dan menyusun data serta informasi sebagai bahan kegiatan dokumentasi rekaman.
- b. Melakukan persiapan perekaman siaran sentral, Nasional, Pusat dan Daerah.
- c. Melakukan perekaman dan pendokumentasian siaran sentral atau Nasional pemberitaan.
- d. Melakukan pemotretan dan pendokumentasian kegiatan Bidang Pemberitaan yang penting.
- e. Memilih dan menyiapkan hasil dokumentasi rekaman audio yang penting untuk bahan acara kaleidoskop setiap awal bulan Desember.
- f. Mendokumentasikan hasil rekaman audio produk-produk siaran pemberitaan yang penting.

- g. Memilih hasil rekaman audio peristiwa penting untuk diserahkan ke Arsip Nasional.
 - h. Menyusun laporan secara periodik.
20. Subseksi Dokumentasi Naskah mempunyai tugas melakukan dokumentasi naskah.

Perincian tugas Subseksi Dokumentasi Naskah adalah:

- a. Melakukan dokumentasi naskah transkripsi siaran dan berita.
 - b. Mengumpulkan dan memilih, serta mendokumentasikan hasil guntingan atau klipping berita artikel surat kabar, maupun dari berbagai penerbitan lain khususnya yang menyangkut RRI.
 - c. Memilih dan menyiapkan dokumentasi naskah berita untuk bahan acara kaleidoskop setiap awal bulan Desember.
 - d. Melakukan kegiatan ketatalaksanaan bidang pemberitaan, meliputi pengusahaan dan pendistribusian peralatan operasional siaran pemberitaan, serta menyiapkan surat-menyurat intern bidang pemberitaan, antar bidang dan bagian.
 - e. Menyusun laporan secara periodik.
21. Subseksi Statistik Berita mempunyai tugas melakukan pengolahan data siaran berita.

Perincian tugas Subseksi Statistik Berita adalah:

- a. Melakukan pengumpulan dan pengolahan data seluruh produk siaran pemberitaan dalam bentuk spesifikasi, statistik, maupun grafik.
- b. Memvisualisasikan hasil pengolahan data produk siaran pemberitaan.

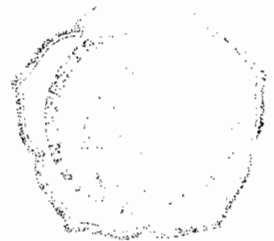
- c. Menghimpun laporan penyelenggaraan siaran berita untuk ruang operasi Departemen Penerangan.
- d. Menghimpun laporan periodik dari subseksi di bidang pemberitaan.
- e. Menyusun laporan secara periodik.

22. Subseksi Kontinuitas Programa mempunyai tugas melakukan siaran secara kontiniu.

Perincian tugas Subseksi Kontinuitas Programa adalah:

A. Sebagai Penyiar

- a. Membuat jadwal penyiar.
- b. Memeriksa naskah yang akan dibacakan.
- c. Mengecek bahan-bahan audio yang tersedia yang akan disiarkan.
- d. Membacakan naskah berita dan naskah umum.
- e. Menyajikan acara.
- f. Melakukan wawancara umum dan wawancara khusus.
- g. Membawakan dan mengarahkan acara kuis.
- h. Menjadi moderator dalam forum siaran.
- i. Melakukan tugas sebagai pembawa acara (MC).
- j. Melakukan tugas sebagai narator.
- k. Melakukan tugas sebagai penyiar kesinambungan.
- l. Mengikuti dan mencatat siaran sentral dalam buku laporan.
- m. Menyelamatkan siaran sesuai dengan daftar susunan acara.
- n. Mengisi dan menandatangani log-book sesuai dengan pelaksanaan daftar acara siaran.



B. Penyelia Musik (diskotik)

- a. Mengumpulkan dan memilih bahan tentang musik dan suara.
- b. Menyusun katalog musik dan suara.
- c. Menata piringan hitam dan pita suara bahan siaran di diskotik.
- d. Menempatkan bahan siaran musik sesuai dengan klasifikasinya.
- e. Menyusun penempatan musik sesuai dengan waktu dan priyawanya.
- f. Menyusun data sejarah musik secara kronologis.
- g. Menyediakan bahan musik atau suara dan bahan rekaman siaran lainnya, serta melayani sirkulasinya.
- h. Melakukan pelayanan referensi musik atau suara.
- i. Melakukan tugas penyimpanan rekaman musik atau suara.
- j. Mengaudisi musik Indonesia atau daerah atau asing sebelum disiarkan.
- k. Menyiapkan hasil rekaman sound effect sesuai dengan watak yang diperlukan.
- l. Membuat ilustrasi musik atau kreasi sendiri.
- m. Melakukan audisi mengenai bahan rekaman musik.
- n. Membuat laporan secara periodik.

23. Subseksi Jaringan Siaran mempunyai tugas mengurus jaringan kerja siaran Nusantara.

Perincian tugas Subseksi Jaringan Siaran adalah:

- a. Melakukan pertukaran bahan siaran antarstasiun se-wilayah Nusantara II.
- b. Melakukan siaran bersama antarstasiun se-wilayah Nusantara II atau bilateral.

- c. Menyiapkan bahan siaran yang diperlukan stasiun lain.
- d. Melakukan kerja sama antarstasiun dalam mengolah bahan siaran.
- e. Memesan bahan siaran yang belum dimiliki untuk keperluan siaran .
- f. Menyiapkan bahan siaran sesuai dengan klasifikasi dan kualifikasi bahan jaringan siaran.
- g. Membuat laporan secara periodik.

24. Subseksi Data Siaran mempunyai tugas menyusun jadwal program dan mengolah data siaran.

Perincian tugas Subseksi Data Siaran adalah:

- a. Mengambil log-book dari ruang penyiar beserta naskah lampirannya.
- b. Meneliti penyelenggaraan setiap mata acara siaran dan mencatat yang tidak berlangsung.
- c. Mengolah data siaran sesuai dengan spesifikasi dan jenis siaran.
- d. Menyusun data yang menanggapi siaran.
- e. Membuat grafik dan statistik penyelenggaraan siaran.
- f. Menyiapkan data untuk ruang operasi Departemen Penerangan.
- g. Membuat laporan secara periodik.

25. Subseksi Siaran Penerangan dan Pedesaan mempunyai tugas menyiarkan acara siaran penerangan dan pedesaan.

Perincian tugas Subseksi Siaran Penerangan dan Pedesaan adalah:

- a. Menyusun jadwal dan kerangka (lay-out) siaran penerangan dan pedesaan.

- b. Menjabarkan materi siaran berdasarkan jadwal, tema, dan subjek secara kurikuler.
 - c. Meneliti khalayak untuk menentukan kebutuhan pendengar.
 - d. Menghimpun materi siaran penerangan dan pedesaan sesuai dengan tema dan topik yang sudah ditentukan.
 - e. Menulis naskah acara sesuai dengan bentuk-bentuk yang ditentukan.
 - f. Membahas dan mengevaluasi naskah untuk disempurnakan.
 - g. Menyiapkan penunjukan pengarah acara.
 - h. Mempelajari naskah untuk diproduksi.
 - i. Melakukan penunjukan kerabat kerja (oleh pengarah acara).
 - j. Melakukan pertemuan produksi.
 - k. Melakukan latihan rekaman produksi.
 - l. Melakukan protes dan penyuntingan rekaman.
 - m. Melakukan kerja sama lintas sektoral dan lembaga swadaya masyarakat untuk mendapatkan suatu materi pembinaan sasaran pendengar.
 - n. Menyiapkan produksi untuk perlombaan dan jaringan siaran.
 - o. Membuat laporan secara periodik.
26. Subseksi Siaran Agama mempunyai tugas menyiarkan acara siaran agama.
- Perincian tugas Subseksi Siaran Agama adalah:
- a. Menyusun kerangka (lay-out) kelender siaran agama.
 - b. Menjabarkan materi siaran berdasarkan judul, tema, subjek secara kurikuler.

- c. Menghimpun materi siaran agama sesuai dengan tema dan topik yang sudah ditentukan.
 - d. Menulis naskah acara sesuai dengan bentuk-bentuk yang ditentukan.
 - e. Membahas dan mengevaluasi naskah untuk disempurnakan.
 - f. Menyiapkan penunjukan pengarah acara.
 - g. Mempelajari naskah untuk diproduksi.
 - h. Melakukan penunjukan kerabat kerja (oleh pengarah acara).
 - i. Melakukan pertemuan produksi.
 - j. Melakukan latihan atau rekaman produksi.
 - k. Melakukan pascates dan penyuntingan rekaman.
 - l. Melakukan kerja sama lintas sektoral dan lembaga swadaya masyarakat.
 - m. Menyiapkan produksi untuk perlombaan dan jaringan siaran.
 - n. Membuat laporan secara periodik.
27. Subseksi Siaran Budaya mempunyai tugas menyiarkan acara-acara siaran budaya.
- Perincian tugas Subseksi Siaran Budaya adalah:
- a. Membuat jadwal dan kerangka (lay-out) siaran budaya non drama.
 - b. Menjabarkan materi siaran berdasarkan judul, tema, dan subjek secara kurikuler.
 - c. Menghimpun materi siaran budaya sesuai dengan tema dan topik yang sudah ditentukan.
 - d. Menulis naskah siaran budaya sesuai dengan bentuk-bentuk yang telah ditentukan.

- e. Membahas dan mengevaluasi naskah untuk disempurnakan.
- f. Menyiapkan penunjukan pengarah acara.
- g. Mempelajari naskah untuk diproduksi.
- h. Melakukan penunjukan kerabat kerja (oleh pengarah acara).
- i. Melakukan pembahasan naskah bersama artis pelaku.
- j. Melakukan pertemuan produksi.
- k. Melakukan gladi resik atau latihan rekaman produksi.
- l. Melakukan kerja sama lintas sektoral dan lembaga swadaya masyarakat.
- m. Menyiapkan produksi untuk perlombaan dan jaringan siaran.
- n. Membuat laporan secara periodik.

28. Subseksi Siaran Drama mempunyai tugas menyiarkan acara-acara siaran drama.

Perincian tugas Subseksi Siaran Drama adalah:

- a. Menyusun jadwal dan kerangka(lay-out) siaran drama.
- b. Menjabarkan materi siaran berdasarkan judul, tema dan subjek secara kurikuler.
- c. Menghimpun materi siaran sesuai dengan tema dan topik yang sudah ditentukan.
- d. Menulis naskah acara sesuai dengan bentuk-bentuk dramatisasi yang ditentukan.
- e. Membahas dan mengevaluasi naskah untuk disempurnakan.
- f. Menyiapkan penunjukan pengarah acara.
- g. Mempelajari naskah untuk diproduksi.
- h. Melakukan penunjukan kerabat kerja oleh pengarah acara.
- i. Melakukan pembahasan naskah bersama artis pelaku.

- j. Melakukan pertemuan produksi.
- k. Melakukan latihan produksi atau rekaman.
- l. Melakukan kerja sama lintas sektoral dan lembaga swadaya masyarakat.
- m. Menyiapkan produksi untuk perlombaan dan jaringan siaran.
- n. Membuat laporan secara periodik.

29. Subseksi Siaran Variete mempunyai tugas menyiarkan acara-acara siaran variete.

Perincian tugas Subseksi Siaran Variete adalah:

- a. Melakukan pembahasan materi berdasarkan judul, tema, topik, dan objek yang telah ditentukan.
- b. Menghimpun materi siaran variete baik yang bersifat musik maupun kata-kata.
- c. Menulis naskah sesuai materi yang ditentukan.
- d. Melakukan penunjukan seorang pengarah untuk memimpin produksi.
- e. Menentukan kerabat kerja yang diperlukan untuk mendukung terselenggaranya acara.
- f. Melakukan pembahasan naskah siaran variete bersama artis pelaku.
- g. Melakukan latihan produksi siaran secara hidup atau rekaman.
- h. Melakukan produksi siaran secara hidup atau rekaman.
- i. Membuat data teknis hasil produksi.
- j. Melakukan kerjasama lintas sektoral dan lembaga swadaya masyarakat.
- k. Menyiapkan produksi untuk perlombaan dan jaringan siaran.
- l. Membuat laporan secara periodik.

30. Subseksi Musik Tradisional mempunyai tugas menyiarkan acara musik tradisional.

Perincian tugas Subseksi Musik Tradisional adalah:

- a. Menyusun jadwal dan kerangka (lay-out) siaran musik dan kesenian tradisional.
- b. Menjabarkan materi siaran berdasarkan judul, cerita, dan subyek secara serial.
- c. Menghimpun materi siaran sesuai dengan judul dan cerita atau musik yang sudah ditentukan.
- d. Menulis naskah apresiasi dan pengantar dalam bahasa Jawa atau Indonesia yang telah ditentukan serta sinopsis cerita atau syair musikalnya.
- e. Membahas dan mengevaluasi naskah untuk disempurnakan.
- f. Menyiapkan penunjukan pengarah acara.
- g. Mempelajari naskah untuk diproduksi.
- h. Melakukan penunjukan kerabat kerja (oleh pengarah acara).
- i. Melakukan pembahasan naskah bersama artis pelaku.
- j. Melakukan pertemuan produksi.
- k. Melakukan latihan produksi atau rekaman.
- l. Melakukan kerjasama lintas sektoral dan lembaga swadaya masyarakat.
- m. Menyiapkan produksi untuk perlombaan, pagelaran, dan jaringan siaran.
- n. Membuat laporan secara periodik.

31. Subseksi Musik Nontradisional mempunyai tugas menyiarkan acara musik nontradisional.

Perincian tugas Subseksi Musik Nontradisional adalah:

- a. Menyusun jadwal dan kerangka (lay-out) siaran musik nontradisional.

- b. Menjabarkan materi siaran berdasarkan judul, tema, dan jenis komposisi musikal.
 - c. Menghimpun materi hasil ciptaan sesuai dengan tema dan jenis yang ditentukan.
 - d. Menulis naskah partitur, susunan lagu, komposisi, dan variasi musik untuk dipergunakan.
 - e. Membahas dan mengevaluasi naskah susunan lagu, komposisi, dan variasi musik untuk dipergunakan.
 - f. Menyiapkan penunjukan pengarah acara.
 - g. Mempelajari naskah untuk diproduksi.
 - h. Melakukan penunjukan kerabat kerja (oleh pengarah acara).
 - i. Melakukan pembahasan naskah bersama artis pelaku.
 - j. Melakukan pertemuan produksi.
 - k. Melakukan latihan produksi atau rekaman.
 - l. Melakukan kerjasama lin/ as sektoral dan lembaga swadaya masyarakat.
 - m. Menyiapkan produksi untuk perlombaan, pagelaran, dan jaringan siaran.
 - n. Membuat laporan secara periodik
32. Subseksi Pagelaran mempunyai tugas mengadakan pagelaran dan siaran konser.
- Perincian tugas Subseksi Pagelaran adalah:
- a. Membuat kelender dan kerangka (lay-out) siaran pagelaran.
 - b. Mencari dan menentukan lokasi, peralatan perlakonan, kostum yang sesuai dengan karakter yang diperlukan dalam acara pagelaran.
 - c. Melakukan penunjukan pengarah acara.

- d. Merencanakan, memilih dan menentukan susunan artis dan tata suara bersama dengan perencanaan siaran, subseksi, dan urusan yang terkait.
 - e. Memimpin dan mengarahkan pembahasan naskah, susunan dan variasi acara bersama artis pelaku.
 - f. Menyusun kerabat kerja bersama tenaga siaran lainnya.
 - g. Membuat jadwal latihan.
 - h. Mempersiapkan sarana penunjang yang diperlukan.
 - i. Melakukan gladi resik.
 - j. Melaksanakan pagelaran.
 - k. Mengevaluasi pelaksanaan siaran pagelaran.
 - l. Membuat laporan secara periodik.
33. Subseksi Periklanan mempunyai tugas melakukan pengurusan iklan untuk siaran dan acara sponsor.

Perincian tugas Subseksi Periklanan adalah:

- a. Mencari atau menerima order siaran iklan atau sponsor dan menyiapkan transaksinya.
- b. Menyiapkan naskah, kontrak, dan produksi siaran iklan yang telah disetujui kepala stasiun.
- c. Menyusun jadwal penyiaran iklan sesuai dengan jam penyiaran yang telah disepakati oleh nasabah atau klien.
- d. Menyusun data siaran iklan atau sponsor dan menyerahkan bendaharawan penerima untuk penagihan.

e. Membuat laporan dan menyetorkan hasil iklan secara periodik.

34. Subseksi Jasa mempunyai tugas memberikan pelayanan jasa berupa bantuan fasilitas stasiun kepada masyarakat.

Perincian tugas Subseksi Jasa adalah:

- a. Menyiapkan pelayanan jasa berupa bantuan fasilitas kepada masyarakat berupa: Public Adress (PA), Auditorium, Wisma, Studio, perkaman produksi induk atau siaran tertentu.
- b. Menyiapkan fasilitas jasa.
- c. Mengkoordinasikan pelayanan kepada masyarakat dengan unit terkait.
- d. Mendata semua permintaan pelayanan jasa, untuk mendapat persetujuan kepala stasiun.
- e. Menyusun daftar petugas dan penerima biaya oleh bendaharawan penerima.
- f. Membuat laporan secara periodik.

35. Subseksi Hak Cipta mempunyai tugas melakukan urusan hak cipta dalam hubungan dengan pembuatan acara dan siaran rado.

Perincian tugas Subseksi Hak Cipta adalah:

- a. Mencatat lagu yang disiarkan mengenai judul, pencipta, penyanyi, durasi, orkes, produser atau studio rekaman.
- b. Mencatat bahan atau naskah karangan tertulis yang dilindungi hak ciptanya dan disiarkan.
- c. Menangkal adanya pelanggaran hak cipta baik lagu maupun karangan atau tulisan.

- d. Membantu proses pencatatan hak cipta bagi karyawan atau RRI baik mengenai lagu maupun karangan tertulis.
- e. Mengurus royalti baik sebagai penerima maupun pemberi.
- f. Membuat laporan secara periodik.

36. Subseksi Teknik Studio mempunyai tugas melakukan operasi peralatan studio.

Perincian tugas Subseksi Teknik Studio adalah:

- a. Melayani operasi peralatan stasioner.
- b. Mempelajari daftar acara siaran.
- c. Mengoperasikan peralatan sesuai dengan ketentuan.
- d. Mengendalikan atau menjaga kestabilan modulasi ke pemancar.
- e. Melakukan kerjasama dengan penyiar dalam rangka mengudarakan siaran.
- f. Membuat laporan dengan melakukan pencatatan pengoperasian peralatan dari waktu ke waktu (selama dinas).
- g. Membuat jadwal tugas dinas operator.
- h. Melakukan pengecekan sumber-sumber siaran.
- i. Mangawasi atau mangamankan semua peralatan operasional yang ada di studio.
- j. Membuat laporan secara periodik.

37. Subseksi Siaran Luar mempunyai tugas melakukan operasi mobil-mobil siaran luar dan peralatan untuk siaran luar.

Perincian tugas Subseksi Siaran Luar adalah:

- a. Mempelajari petunjuk pengarah acara mengenai kegiatan siaran luar.
- b. Mengikuti pertemuan produksi.

- c. Melakukan peninjauan lapangan.
 - d. Mengikuti gladi resik, testing peralatan, dan testing modulasi.
 - e. Melayani operasi peralatan dinamis.
 - f. Membuat laporan dengan melakukan pencatatan pengoperasian peralatan.
 - g. Mengawasi dan mengamankan semua peralatan operasional siaran luar.
 - h. Melakukan testing saluran dan peralatan penunjang siaran luar.
 - i. Melakukan rekaman bahan siaran dari luar
 - j. Membuat laporan secara periodik.
38. Subseksi Rekaman mempunyai tugas melaksanakan operasi peralatan rekaman.
- Perincian tugas Subseksi Rekaman adalah:
- a. Melayani operasi peralatan stasioner di ruang rekaman.
 - b. Mempelajari naskah untuk diproduksi.
 - c. Mengikuti pertemuan produksi.
 - d. Melayani latihan persiapan produksi.
 - e. Membuat jadwal operator rekaman.
 - f. Mengawasi atau mengamankan semua peralatan operasional.
 - g. Melakukan penggandaan dan menyalin rekaman.
 - h. Melakukan penyuntingan atau editing.
 - i. Mengoperasikan peralatan sesuai dengan ketentuan.
 - j. Membuat laporan dengan melakukan pencatatan pengoperasian peralatan dari waktu ke waktu (selama dinas).
 - k. Membuat laporan secara periodik.

39. Subseksi Operasi Pemancar mempunyai tugas melakukan operasi dan pemeliharaan peralatan pemancar dan antena.

Perincian tugas Subseksi Operasi Pemancar adalah:

- a. Mempelajari jadwal pengoperasian pemancar.
- b. Membuat jadwal dinas untuk operator pemancar.
- c. Melayani operasi peralatan stasioner pemancar.
- d. Melakukan koordinasi kerja dengan operator studio, Penyiar, dan diesel dalam rangka pengudaraan pemancar.
- e. Membuat laporan dan melakukan pencatatan pada log-book selama pengoperasian peralatan pemancar dari waktu ke waktu (selama dinas).
- f. Mengawasi dan mengamankan semua peralatan operasional pemancar.
- g. Melakukan pengecekan semua peralatan pemancar secara kontinu dan berkala.
- h. Membuat laporan secara periodik.

40. Subseksi Penghubung Studio Pemancar mempunyai tugas melakukan operasi dan pemeliharaan peralatan penghubung studio pemancar dan antena.

Perincian tugas Subseksi Penghubung Studio Pemancar adalah:

- a. Mempelajari jadwal pengoperasian.
- b. Membuat jadwal dinas untuk operasi.
- c. Melayani peralatan stasioner.
- d. Melakukan koordinasi kerja dengan operator studio, pemancar, siaran luar, dan petugas kantor telkom.

- e. Membuat laporan dengan melakukan pencatatan pada log-book selama pengoperasian peralatan dari waktu ke waktu (selama dinas).
- f. Mengawasi dan mengamankan semua peralatan operasional.
- g. Melakukan pengecekan peralatan operasional.
- h. Melakukan pemeliharaan peralatan.
- i. Membuat laporan secara periodik.

41. Subseksi Pemeliharaan Alat Elektronik mempunyai tugas memelihara dan memperbaiki alat elektronik studio dan pemeliharaan siaran luar.

Perincian tugas Subseksi Pemeliharaan Alat Elektronik adalah:

- a. Melakukan pemeliharaan dan perbaikan alat elektronik studio rekaman, alat komunikasi intern, dan peralatan siaran luar atau prasarana stasiun.
- b. Memeriksa tingkat kerusakan untuk menentukan perbaikan dilakukan sendiri atau dibuat rekomendasi untuk diperbaiki oleh pihak luar.
- c. Melakukan pengecekan dan pengetesan hasil perbaikan oleh pihak luar.
- d. Melakukan pengecekan dan perawatan secara reguler dan kontinu.
- e. Membuat laporan mengenai kondisi peralatan elektronik.
- f. Membuat laporan secara periodik.

42. Subseksi Pemeliharaan Alat Listrik mempunyai tugas memelihara dan memperbaiki alat listrik studio dan peralatan siaran luar.

Perincian tugas Subseksi Pemeliharaan Alat Listrik adalah:

- a. Melakukan pengecekan peralatan instansi atau daya listrik terhadap studio, pemancar, perkantoran, auditorium, rumah jabatan, mes, dan pertamanan.

- b. Melaporkan tingkat kerusakan untuk menentukan perbaikan, dilakukan sendiri atau dibuat rekomendasi untuk diperbaiki oleh pihak luar.
 - c. Melakukan pengecekan dan pengetesan hasil perbaikan oleh pihak luar.
 - d. Melakukan perawatan secara reguler.
 - e. Membuat laporan mengenai kondisi peralatan, instalasi atau daya listrik.
 - f. Membuat laporan secara periodik.
43. Subseksi Pemeliharaan Alat Mekanik mempunyai tugas memelihara dan memperbaiki alat mekanik studio dan peralatan siaran luar.
- Perincian tugas Subseksi pemeliharaan Alat Mekanik adalah:
- a. Melakukan pemeliharaan, perbaikan peralatan mekanik nonelektronik serta peralatan siaran luar.
 - b. Memeriksa tingkat kerusakan untuk menentukan perbaikan dilakukan sendiri atau dibuatkan rekomendasi untuk perbaikan oleh pihak luar.
 - c. Melakukan pengecekan dan pengetesan hasil perbaikan pihak luar.
 - d. Melakukan pengecekan dan perawatan secara reguler dan kontiniu.
 - e. Membuat laporan mengenai kondisi peralatan mekanik secara kontiniu.
 - f. Membuat laporan secara periodik.
44. Subseksi Alat Pendingin mempunyai tugas mengoperasikan dan memelihara alat pendingin studio dan perkantoran.
- Perincian tugas Subseksi Alat pendingin adalah:
- a. Membuat jadwal dinas untuk petugas alat pendingin.

- b. Melayani operasi peralatan pendingin studio dan perkantoran sesuai dengan ketentuan.
 - c. Melakukan pengecekan atau pengukuran suhu yang ditimbulkan oleh alat pendingin secara kontinu dan berkala.
 - d. Melakukan pemeliharaan atau pengontrolan rutin setiap hari dan pembersihan setiap bulan.
 - e. Mengawasi atau mengamankan semua peralatan pendingin.
 - f. Melaporkan tingkat kerusakan untuk menentukan perbaikan sendiri atau dibuatkan rekomendasi untuk diperbaiki oleh pihak luar.
 - g. Melakukan pengecekan dan pengetesan hasil perbaikan pihak luar.
 - h. Mencatat dan melaporkan hasil pengoperasian alat pendingin.
 - i. Membuat laporan secara periodik.
45. Subseksi Pembangkit Tenaga Listrik mempunyai tugas mengoperasikan dan memelihara pembangkit tenaga listrik.
- Perincian tugas Subseksi Pembangkit Tenaga Listrik adalah:
- a. Membuat jadwal dinas untuk operator pembangkit tenaga listrik.
 - b. Melayani operasi peralatan pembangkit tenaga listrik baik di studio maupun pemancar sesuai dengan ketentuan.
 - c. Mengawasi atau mengamankan semua peralatan pembangkit tenaga listrik diesel dan peralatan listrik milik PLN.
 - d. Melakukan pengecekan, penelitian, dan pemeliharaan peralatan pembangkit tenaga listrik atau diesel dan peralatan listrik PLN secara kontinu dan reguler.

- e. Melaporkan tingkat kerusakan untuk menentukan perbaikan sendiri atau dibuatkan rekomendasi untuk perbaikan oleh pihak luar.
 - f. Melakukan pengecekan dan pengetesan hasil perbaikan pihak luar.
 - g. Melakukan koordinasi kerja dengan operator studio, maupun pemancar pada waktu memakai listrik dari pembangkit tenaga listrik atau diesel.
 - h. Membuat laporan dan melakukan pencatatan pada log-book selama pengoperasian pembangkit tenaga listrik dari waktu ke waktu (selama dinas).
 - i. Membuat laporan secara periodik.
46. Subseksi Komunikasi Intern mempunyai tugas mengoperasikan dan memelihara alat komunikasi intern dan elevator.

Perincian tugas Subseksi Komunikasi Intern adalah:

- a. Melakukan pengecekan, pemeliharaan, dan perawatan peralatan, saluran-saluran kawat telepon intern, dan interkom, facsimile, teleks secara kontiniu dan berkala baik yang ada di studio, pemancar, auditorium, wisma, maupun di rumah jabatan.
- b. Mengawasi atau mengamankan semua peralatan telepon intern dan interkom atau elevator di studio maupun di pemancar.

4. Produksi

a. Jenis Produk

Perusahaan radio, produk utamanya adalah jasa penyiaran, yang tarif dan harganya dihitung berdasarkan waktu. Pada perusahaan radio RRI Yogyakarta tarif iklan dihitung per menit untuk setiap spot iklan.

b. Volume Penjualan.

Saat ini perusahaan radi RRI Yogyakarta mengudara dari pukul 05.00 WIB sampai dengan pukul 01.00 dini hari, berarti dalam satu hari perusahaan radio RRI Yogyakarta mengudara 20 jam. Pola siaran pada perusahaan radio RRI Yogyakarta yaitu terdiri dari :

- Pendidikan	15%
- Penerangan	8%
- Hiburan	44%
- Siaran niaga	2%
- Siaran komersil atau iklan	5%
- Agama	5%
- Siaran berita	21%

Untuk hiburan menempati porsi yang paling besar, sedangkan untuk iklan perusahaan radio RRI Yogyakarta setiap harinya menyediakan waktu sekitar 5% dari jam siaran. Dari 5% jam siaran dalam sehari perusahaan mampu menghasilkan kurang lebih 60 spot iklan komersial. Jadi volume produksi pada perusahaan tersebut adalah 60 menit per hari atau 21.900 menit per tahun (60 x 365 hari).

5. Pemasaran

Perusahaan radio RRI Yogyakarta daerah pemasarannya meliputi seluruh Indonesia, artinya perusahaan yang memasang iklan pada perusahaan radio RRI Yogyakarta berasal dari beberapa kota di Indonesia. Adapun cara perusahaan RRI untuk mendapatkan pelanggan adalah sebagai berikut :

a. Cara mendapatkan pelanggan

1). Dengan cara promosi lewat media RRI baik on air maupun off air

On air : Misalnya kerja sama dengan perusahaan, instansi, melalui siaran-siaran unggulan.

Of air : - Mengadakan panggung.
- Sia flet.

2). Lewat biro iklan

Baik yang berada di pusat maupun daerah.

3). Dor to dor melalui sales promosi

b. Perkembangan hasil penjualan iklan

Perkembangan hasil penjualan iklan dari tahun ke tahun ada peningkatan.

c. Sistem penjualan iklan di perusahaan radio RRI Yogyakarta adalah :

- Kontrak bulanan.
- Harian.
- Sesuai kesepakatan.

6. Biaya yang terjadi

Dalam penentuan tarif pemasangan iklan, elemen yang terpenting ialah biaya. Berikut ini disajikan elemen-elemen biaya yang diperhitungkan dalam penentuan tarif pemasangan iklan :

a. Kaset bahan siaran dan diskotik

Biaya ini meliputi biaya pembelian kaset kosong, kaset bahan siaran dan kaset bahan diskotik.

b. Gaji karyawan

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah seluruh karyawan perusahaan.

c. Perbaikan dan pemeliharaan generator

Biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan generator serta perawatan dan pemeliharaannya.

d. Rekening listrik

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar rekening listrik.

e. Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat

Biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan dan perawatan serta pemeliharaan alat.

f. Biaya supplies kantor

Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian alat-alat perkantoran.

g. Biaya langganan koran dan majalah

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk pembelian koran dan majalah.

h. Rekening telpon

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar rekening telpon.

i. Iuran Astek

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar asuransi tenaga kerja.

j. Biaya rapat dan pertemuan

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk pengadaan keperluan rapat dan pertemuan.

k. Biaya promosi

Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi antara lain pemasangan iklan pada surat kabar, gedung bioskop dan lain-lain.

l. Biaya cetak

Biaya yang dikeluarkan untuk mencetak undangan, brosur, pamflet dan lain-lain.

7. Tarif pemasangan iklan

Tarif pemasangan iklan pada perusahaan radio RRI Yogyakarta adalah sebesar Rp 15.000 per menit

8. Langkah-langkah penentuan tarif

Adapun langkah-langkah penentuan tarif yang ditentukan pada perusahaan radio RRI Yogyakarta adalah sesuai dengan aturan yang ditetapkan oleh Direktorat Jendral Radio, Televisi dan Film (Ditjen RTF).

B. Radio Geronimo

1. Sejarah Singkat Perusahaan Radio Geronimo

Berawal pada tahun 1969, sekelompok pelajar mahasiswa dan pelajar yang kreatif dan dinamis yang dipimpin oleh Sonny Issoedibyo mendirikan sebuah pemancar Broadcast di jalan Dr. Sutomo 45 Yogyakarta, dengan nama "Gembel Rapi" yang merupakan kepanjangan dari Gemar Belajar Rajin Berfikir dan mengudara pada gelombang 56 meter.

Pada masa itu untuk memenuhi permintaan lagu pendengar dan untuk berkomunikasi dengan pendengar mereka mempergunakan pesawat telepon nomor 565 yang belum otomatis. Jangkauan siaran pada saat itu hanya meliputi daerah sekitar lempuyangan dan sekitar Mataram Theater. Disebabkan oleh rasa tidak puas dengan pemancar yang sudah ada, maka pada tahun 1970 mereka membeli pemancar dari studio *Voice of Padmanaba*, yaitu radio milik SMA 3 Yogyakarta dengan memakai pemancar pada gelombang 106 meter.

Pada tahun 1970, pemerintah mengeluarkan peraturan tentang pemancar radio di Indonesia, yaitu Peraturan Pemerintah No. 55 tahun 1970, tentang radio siaran non pemerintah pada tanggal 17 Desember 1970, disusul kemudian surat keputusan No. 25 tahun 1971, yaitu tentang ketentuan-ketentuan pemberian ijin radio siaran oleh Menteri Perhubungan. Mulai saat itulah Gembel Rapi dinyatakan terdaftar dan mendapat ijin siaran.

Dalam rangka pelaksanaan Peraturan Pemerintah tahun 1970 dan diikuti keluarnya surat Keputusan Menteri Penerangan No. 34/KEP/MENPEN/1971, tentang

petunjuk umum mengenai kebijaksanaan penyelenggaraan acara serta isi siaran bagi radio siaran non pemerintah tanggal 20 April 1971, maka pada tanggal 31 Mei 1971 Gembel Rapi mengakhiri dan memulai kehidupan baru serta nama baru yang dilahirkan oleh Sonny Kusuma Yuliarso Issloediby, yaitu menjadi perusahaan radio Geronimo yang mulai beroperasi pada frekuensi 1602 Khz AM, dengan nama panggilan PM 5 BMR atau pada gelombang menengah yaitu 187,27 meter. Tahun 1981 lokasi di jalan Dr.Sutomo dirasa kurang luas maka studio serta seluruh perangkat pindah ke jalan Gayam 24 Yogyakarta.

Pada tanggal 1 Januari 1989, GERONIMO meningkatkan eksistensinya dengan menapak di jalur FM, sebagai radio FM stereo yang pertama di kota Yogyakarta dengan frekuensi 105,8 Mhz, dengan jumlah 20 jam siaran (05.00-01.00) setiap harinya dan dilengkapi dengan perangkat audio yang profesional, radio Geronimo menyajikan suara musik yang jernih sesuai dengan tuntutan *Frequency Modulation Standard Quality* dan jangkauan siaran yang luas. Jangkauan efektif siaran radio Geronimo meliputi Daerah Istimewa Yogyakarta (Kota madya Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulonprogo, Kabupaten Gunung Kidul), sedangkan jangkauan tak terduga siaran radio Geronimo meliputi wilayah Magelang, Purworejo, Kebumen, Wonosobo, Temanggung, Salatiga, Klaten, Boyolali, sebagian Ungaran, Surakarta, Sragen, dan Madiun. Jangkauan tak terduga ini diketahui berdasarkan surat-surat pendengar yang masuk.

2. Personalia

a. Jumlah Karyawan

Perusahaan radio Geronimo Yogyakarta dalam menjalankan aktivitasnya memiliki 36 karyawan yang terdiri dari karyawan bagian siaran, karyawan bagian administrasi dan keuangan, bagian iklan, bagian promosi, bagian penyiaran, pimpinan perusahaan, dan bagian keamanan. Adapun pembagian karyawan menurut statusnya dapat dilihat seperti dibawah ini :

Jumlah karyawan pada perusahaan radio Geronimo Yogyakarta :

	Jumlah
A. Pimpinan perusahaan	1 orang
B. Bagian siaran	8 orang
C. Bagian administrasi keuangan	2 orang
D. Bagian iklan	3 orang
E. Bagian promosi	2 orang
F. Penyiar1	8 orang
G. Keamanan	2 orang
Jumlah	36 orang

b. Jam kerja karyawan

Dalam keadaan normal, karyawan perusahaan radio Geronimo Yogyakarta bekerja selama enam hari kerja, yaitu mulai hari senin sampai dengan hari sabtu. Kecuali untuk penyiar yang bertugas untuk hari minggu tetap bertugas sesuai dengan jadwal yang ditentukan oleh perusahaan radio tersebut. Jam kerja karyawan dimulai

pukul 09.00 wib dan berakhir pukul 15.00 wib. Waktu istirahat diberikan kepada karyawan selama satu jam yaitu antara pukul 12.00 wib sampai dengan pukul 13.00 wib.

c. Sistem penggajian dan pengupahan

Sistem penggajian dan pengupahan karyawan didasarkan pada status karyawan dan jam siaran. Bagi karyawan selain penyiar, gaji diberikan secara bulanan, sedangkan untuk penyiar gaji diberikan secara bulanan tetapi dihitung berdasarkan jumlah jam siaran.

d. Tunjangan kesejahteraan karyawan

Dalam usahanya untuk meningkatkan produktivitas kerja karyawan, selain memberikan gaji dan upah perusahaan juga memberikan tunjangan diluar gaji karyawan yang berupa sejumlah uang tertentu.

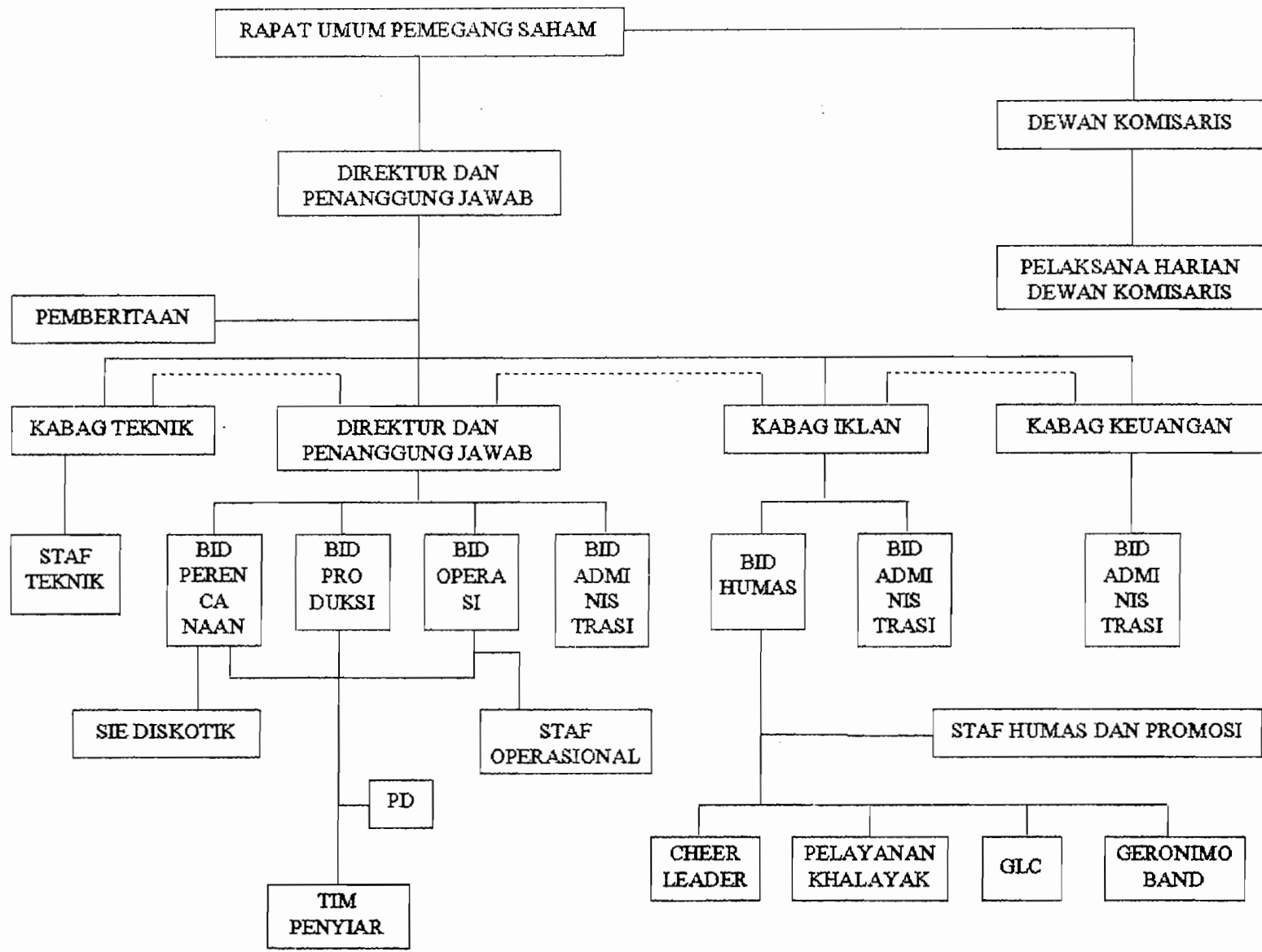
3. Struktur Organisasi Radio Geronimo

Struktur organisasi yang terdapat pada perusahaan radio Geronimo Yogyakarta adalah struktur organisasi yang berbentuk lini yang menuntut tanggung jawab pada bawahan hanya kepada satu atasan sehingga kesatuan perintah dapat terjalin dengan baik.

Pada Perusahaan Radio GERONIMO Yogyakarta bentuk struktur organisasinya tampak pada gambar 2 hal 76.



STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN RADIO GERONIMO YOGYAKARTA



Gambar :2 Struktur Organisasi Perusahaan Radio Geronimo Yogyakarta
 Sumber : Perusahaan Radio Geronimo Yogyakarta.

Untuk memberikan gambaran tugas tiap-tiap bagian, maka diberikan diskripsi jabatan (job discription) sesuai dengan bidangnya masing-masing untuk dipertanggungjawabkan pada atasan, yaitu sebagai berikut:

a. Rapat Umum Pemegang Saham

Adalah rapat yang diikuti oleh para pemegang saham perusahaan. Dalam rapat ini para pemegang saham tidak mengetahui laporan perkembangan perusahaan dan laporan keuangan perusahaan.

b. Dewan Komisaris

Bertugas mengawasi dan meminta pertanggungjawaban tentang kondisi dan jalannya perusahaan.

c. Direktur dan Penanggung jawab

Bertanggungjawab kepada Rapat Umum Pemegang Saham atas semua kegiatan pengelolaan perusahaan, atas nama perusahaan bertanggungjawab secara hukum baik didalam maupun diluar pengadilan dan sebagai penanggungjawab semua isi siaran.

d. Kepala Bagian Siaran dan Wakil Penanggungjawab

Bertanggungjawab dalam pelaksanaan pengawasan terhadap bidang-bidang yang berhubungan dengan masing-masing kepala bidang departemen siaran, serta bertanggungjawab atas acara yang akan dan yang sudah disiarkan, baik itu siaran penerangan, pendidikan, hiburan, iklan. Juga menjadi wakil penanggungjawab perusahaan bila Direktur tidak berada ditempat.

Bagian ini membawahi bidang sebagai berikut :

1). Bidang Perencanaan

Bertugas mengkoordinasi semua acara yang disiapkan atau direncanakan bagian ini membawahi Diskotik atau pustaka yang bertanggungjawab mengurus semua kaset, CD dan semua yang berkaitan dengan materi siaran serta bertugas mengumpulkan informasi terutama yang berhubungan dengan musik, baik yang berasal dari referensi buku, koran, majalah dari dalam maupun luar negeri dan internet.

2). Bidang Produksi

Bertugas menyiapkan bahan-bahan yang meliputi produksi iklan, pencarian bahan materi siaran, paket-paket acara harian, mingguan maupun bulanan.

3). Bidang Operasional

Bertanggungjawab kesegala bentuk acara yang akan dan sudah disiarkan yang dibantu oleh seorang staff operasional.

4). Bidang Administrasi

Membantu pelaksanaan segala bentuk pekerjaan dibidang siaran tentang masalah surat-menyurat, menyiapkan file atau data program siaran dan jadwal acara yang akan ataupun yang sudah disiarkan.

Bidang perencanaan, produksi dan operasional masing-masing juga membawahi beberapa bidang yang dipertanggungjawabkan pada kepala bagian siaran sebagai berikut:

- PD (Program Director)

Bertanggungjawab dalam mengatur semua bentuk acara yang akan diselenggarakan.

- Tim Penyiar atau Operator

Bertanggungjawab dan bertugas menyiarkan semua acara yang sudah dijadwalkan atau diprogram baik hiburan musik, berita, dan informasi-informasi lain.

e. Kepala Bagian Iklan

Bertanggungjawab atas masuknya sebuah iklan, pelaksana ditayangkannya sebuah iklan yang dipesan oleh konsumen atau klien serta bertanggungjawab atas iklan yang akan dan telah disiarkan.

Bagian ini membawahi bidang sebagai berikut:

1). Bidang Humas dan Promosi

Bertanggungjawab menjalin hubungan kerja dan memberikan citra atau image perusahaan kepada pihak luar, baik para pendengar ataupun pengguna jasa radio Geronimo. Demi kelancaran kegiatannya dibantu oleh seorang staff.

2). Bidang Administrasi Iklan

Bertugas membuat bukti kontark iklan, salinan order iklan, catatan penyiaran iklan, pengarsipan order iklan, mengadakan surat-menyurat yang berhubungan dengan masalah iklan dan membuat daftar iklan yang akan ataupun yang sudah disiarkan.

f. Kepala Bagian Keuangan

Bertanggungjawab terhadap pengaturan lalu lintas keuangan, pengawasan keuangan, pembayaran pajak, penagihan kepada klien atau konsumen pengguna jasa iklan setelah iklan yang dipesan disiarkan.

Bagian ini membawahi bidang:

- **Administrasi keuangan**

Bertugas mencatat semua order iklan yang sudah disiarkan, mencatat semua kas masuk, mencatat semua transaksi dari konsumen atau klien atas kontrol dari manajer keuangan.

4. Produksi

a. Jenis Produksi

Perusahaan radio, produk utamanya adalah jasa penyiaran, yang tarif atau harganya dihitung berdasarkan waktu. Pada perusahaan radio Geronimo Yogyakarta tarif iklan dihitung per menit untuk setiap spot iklan.

b. Volume Produksi

Saat ini perusahaan radio Geronimo Yogyakarta mengudara dari pukul 05.00 wib sampai dengan pukul 01.00 dini hari, berarti dari satu hari perusahaan radio GERONIMO Yogyakarta mengudara selama 20 jam. Pola siaran pada perusahaan radio Gronomi Yogyakarta yaitu terdiri dari :

- Penerangan 20%
- Pendidikan 7%
- Hiburan 48%
- Iklan 25%

Untuk hiburan menempati porsi yang paling besar, sedangkan untuk iklan perusahaan radio Geronimo Yogyakarta setiap harinya menyediakan waktu sekitar 5% dari jam mengudara. Dari 5% jam mengudara dalam sehari perusahaan mampu

menghasilkan kurang lebih 60 spot iklan komersial. Jadi volume produksi pada perusahaan tersebut adalah 60 menit per hari atau 21.900 menit per tahun (60 x 365 hari).

5. Pemasaran

Perusahaan radio Geronimo Yogyakarta daerah pemasarannya meliputi seluruh Indonesia, artinya perusahaan yang memasang iklan pada perusahaan radio Geronimo Yogyakarta berasal dari beberapa kota di Indonesia. Dalam usaha meningkatkan penjualan perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan cara :

- a. Meyakinkan pelanggan dengan penyajian program siaran yang ditujukan untuk kelompok tertentu dan jumlah pendengar, disertai data yang akurat berdasarkan survei.
- b. Memasang iklan pada media cetak dan gedung-gedung bioskop untuk mendapat pelanggan baru.

6. Biaya-biaya yang Terjadi

Dalam penentuan tarif pemasangan iklan, elemen yang terpenting ialah biaya. Berikut ini disajikan elemen-elemen biaya yang diperhitungkan dalam penentuan tarif pemasangan iklan.

- a. Kaset bahan siaran dan diskotik

Biaya ini meliputi biaya pembelian kaset kosong, kaset bahan siaran dan kaset bahan diskotik.

b. Gaji karyawan

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah seluruh karyawan perusahaan.

c. Kesejahteraan karyawan

Biaya yang dikeluarkan untuk menunjang kesejahteraan karyawan perusahaan, yang meliputi pemberian uang tertentu diluar gaji karyawan.

d. Rekening listrik

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar rekening listrik.

e. Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat

Biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan dan perawatan serta pemeliharaan alat.

f. Biaya suplais kantor

Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian alat-alat perkantoran.

g. Biaya langganan koran dan majalah

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar langganan koran dan majalah.

h. Rekening telpon

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar rekening telpon.

i. Biaya promosi dan pemasaran

Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi dan pemasaran, antara lain, pemasangan iklan pada surat kabar, gedung bioskop dan lain-lain.

j. Penyusutan dan amortisasi

Biaya yang dikeluarkan untuk penyusutan gedung, peralatan, kendaraan dan lain-lain.

k. Biaya asuransi alat

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar asuransi pada perusahaan asuransi.

l. Biaya off air

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan-kegiatan perusahaan diluar siaran, misalnya jumpa artis, wawancara artis dan lain-lain.

m. Biaya cetak

Biaya yang dikeluarkan untuk mencetak undangan, brosur, pamflet, kuesioner dan lain-lain.

n. Biaya hadiah

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli hadiah pada para pemenang acara yang disediakan perusahaan, misalnya kuis telpon, kuis kartu pos dan lain-lain.

o. Biaya bantuan sosial

Biaya yang dikeluarkan untuk memberikan bantuan pada pihak-pihak yang minta bantuan yang bersifat sosial pada perusahaan.

p. Bonus karyawan

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah lembur karyawan.

q. Biaya rapat dan pertemuan

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar pengeluaran rapat dan pertemuan.

7. Tarif Pemasangan Iklan

Tarif pemasangan iklan pada perusahaan radio Geronimo Yogyakarta adalah sebesar Rp 55.000 per menit. Tarif tersebut adalah tarif umum diluar tarif khusus, tarif khusus yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Tarif untuk pemasang iklan dalam jumlah waktu yang cukup lama.
- b. Tarif untuk pemasang iklan yang sudah lama memasang iklan pada perusahaan radio Geronimo.

Tarif yang akan dianalisis oleh penulis yaitu : tarif umum yang besarnya Rp 55.000. Untuk tarif khusus tidak akan dianalisis karena disamping persentasenya kecil juga besarnya tarif tidak sama. Pihak perusahaan sendiri tidak tetap dalam memberikan tarif atau potongan sesuai dengan kebijakan perusahaan.

8. Langkah-langkah Penentuan Tarif

Adapun langkah-langkah penentuan tarif pemasangan iklan di perusahaan radio Geronimo adalah berdasarkan negosiasi antara perusahaan dengan si pemasang iklan.

C. Radio Bikima

1. Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan Radio Bikima

Perusahaan Radio Bikima berdiri pada tanggal 20 Desember 1968 oleh Peter Niti Sentono. Bikima pada saat itu berarti Bintaran Kidul Lima. Karena pada saat itu radio Bikima berada di wilayah Bintaran Kidul No.5 Yogyakarta. Awal mula berdirinya mendapat *call sign* YD 7226 E dengan gelombang 110,7 meter.

Tujuan didirikannya radio Bikima pada waktu itu adalah sebagai wadah generasi muda di lingkungan Bintaran Kidul Yogyakarta untuk menyalurkan bakat dibidang komunikasi dan teknik radio, juga sebagai lahan untuk menciptakan lapangan pekerjaan bagi mereka yang belum mempunyai pekerjaan. Selain itu tujuan yang mendasar adalah memberikan informasi kepada masyarakat di sekitar Bintaran Kidul pada khususnya dan masyarakat Yogyakarta pada umumnya.

Dengan adanya Peraturan Pemerintah No.55 tahun 1970 mengenai semua kegiatan yang bersangkutan dengan siaran radio amatir harus berbentuk perseroan terbatas atau PT, maka untuk mewujudkan peraturan pemerintah pada tanggal 24 Mei 1977 radio Bikima mendaftarkan diri dan telah disyahkan berdasarkan keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia tanggal 30 Agustus 1977. Kemudian setelah berjalan 6 tahun, Agustus 1983 lokasi radio Bikima berpindah di Jalan Letjen S. Parman No.8 Yogyakarta. Kemudian tanggal 15 Desember 1983 untuk pertama kalinya radio Bikima mengudara di lokasi yang baru. Sejak saat itu Bikima berarti “Biwara Kirana Mataram” yang artinya Warta yang menyinari bumi Mataram Yogyakarta.

Kemudian karena semakin banyaknya radio swasta yang beroperasi di Yogyakarta dan lokasi stasiun yang tidak terlalu jauh, maka pada Januari 1989 radio Bikima berpindah lokasi di Jalan Piyungan No.31 Prambanan, Sleman. Karena lokasi terbaru terlalu dekat dengan Jalan raya dan Lintasan Rel Kereta Api, sehingga mudah terkena noise atau gangguan yang dapat mengganggu jalannya acara siaran, maka radio Bikima untuk yang ketiga kalinya pindah lokasi di jalan Yogya Solo Km 15 Bogem, Kalasan, Sleman Yogyakarta 55571 dan sekaligus pindah jalur penyiaran dari AM

(Amplitudo Modulation) ke FM (Frequency Modulation) tentunya dengan manajemen dan format acara yang berbeda dari sebelumnya.

2. Personalia

a. Jumlah Karyawan

Perusahaan radio Bikima Yogyakarta dalam menjalankan aktivitasnya memiliki 25 karyawan yang terdiri dari karyawan bagian siaran, karyawan bagian administrasi dan keuangan, karyawan bagian administrasi perusahaan dan bagian keamanan. Adapun pembagian karyawan menurut statusnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Jumlah karyawan Perusahaan radio Bikima Yogyakarta :

Karyawan	Jumlah
A. Pimpinan Perusahaan	1 orang
B. Karyawan bagian siaran	7 orang
C. Karyawan bagian administrasi keuangan	2 orang
D. Karyawan bagian administrasi perusahaan	5 orang
E. Penyiar	9 orang
F. Karyawan bagian keamanan	1 orang
Jumlah	<hr/> 25 orang

b. Jam kerja karyawan

Dalam keadaan normal, karyawan perusahaan radio Bikima Yogyakarta bekerja selama enam hari kerja, yaitu mulai hari senin sampai dengan hari sabtu,

kecuali untuk penyiar yang bertugas pada hari minggu tetap bertugas. Jam kerja karyawan dimulai dari pukul 08.00 wib dan berakhir pukul 16.00 wib. Waktu istirahat diberikan kepada karyawan selama satu jam, yaitu antara pukul 12.00 wib sampai dengan pukul 13.00 wib. Untuk penyiar jam kerjanya sesuai dengan jadwal yang telah dibuat oleh pimpinan perusahaan.

c. Sistem penggajian dan pengupahan

Sistem penggajian dan pengupahan karyawan didasarkan pada status karyawan dan jam siaran. Bagi karyawan selain penyiar, gaji diberikan secara bulanan, sedangkan untuk penyiar gaji diberikan secara bulanan tetapi dihitung berdasarkan jumlah jam siaran.

3. Struktur Organisasi

Organisasi adalah setiap bentuk persekutuan antar dua orang atau lebih yang bekerja sama, serta secara formal terikat dalam rangka pencapaian sesuatu tujuan yang telah ditentukan, dimana terdapat seorang atau lebih yang disebut atasan atau pimpinan dan seorang atau kelompok yang disebut bawahan.

Organisasi dapat juga didefinisikan sebagai suatu usulan dengan bagian-bagian terpadu, sehingga hubungan mereka dipengaruhi oleh hubungan secara keseluruhan. Dengan demikian, organisasi terdiri atas dua bagian yaitu bagian dan hubungan. Masih banyak definisi-definisi tentang organisasi yang dikemukakan oleh para ahli. Sedangkan dari batasan organisasi diatas. Terlihat ada empat asas organisasi yaitu:

- a. Asas fungsional
- b. Asas koordinasi
- c. Asas kesatuan wewenang dan
- d. Asas pendelegasian wewenang.

Bila organisasi bentuknya sederhana, sehingga setiap anggota dapat berhubungan langsung tanpa birokrasi yang ketat maka organisasi tersebut disebut organisasi lini atau garis. Dan perusahaan radio Bikima struktur organisasinya sederhana, sehingga setiap anggota dapat berhubungan langsung tanpa birokrasi yang ketat. Struktur organisasi demikian disebut sebagai organisasi lini atau garis.

Bila organisasi besar sehingga setiap anggota tidak mungkin berhubungan langsung satu dengan yang lain atau antara anggota dan pimpinan, walaupun ada harus melalui birokrasi yang berbelit maka organisasi semacam ini disebut organisasi lini dan staff. Dalam organisasi lini dan staff diperlukan struktur organisasi yang jelas, agar jalur pendelegasian wewenang dapat diketahui dan dimengerti secara jelas pula oleh seluruh personel. Organisasi sebagai wadah bersifat statis, tetapi sebagai proses bersifat dinamis.

Struktur organisasi adalah mekanisme untuk mencapai tujuan dengan penerapan pembagian tugas atau pekerjaan dari unsur-unsur atau fungsi-fungsi yang ada menurut bidang masing-masing disertai batas-batas kewenangan dan tanggungjawab. Membedakan antara wewenang dan tanggungjawab, adalah wewenang dapat didelegasikan, tetapi tanggungjawab tidak. Tanggungjawab akan selalu berada ditangan pimpinan atau manajer.

Pada Perusahaan Radio BIKIMA Yogyakarta bentuk struktur organisasinya tampak pada gambar 3 hal 90.

Kegiatan-kegiatan dan hubungan-hubungan struktur yang terjadi didalam suatu organisasi dapat diperinci sebagai berikut:

1. Direktur

- a. Bertanggungjawab atas kelancaran seluruh bagian perusahaan.
- b. Melengkapi peraturan perusahaan.
- c. Bersama kepala bagian keuangan mengatur keuangan perusahaan, menerima atau memecat karyawan.
- d. Berhak memberi nilai atas prestasi karyawan.
- e. Memimpin rapat pleno perusahaan.

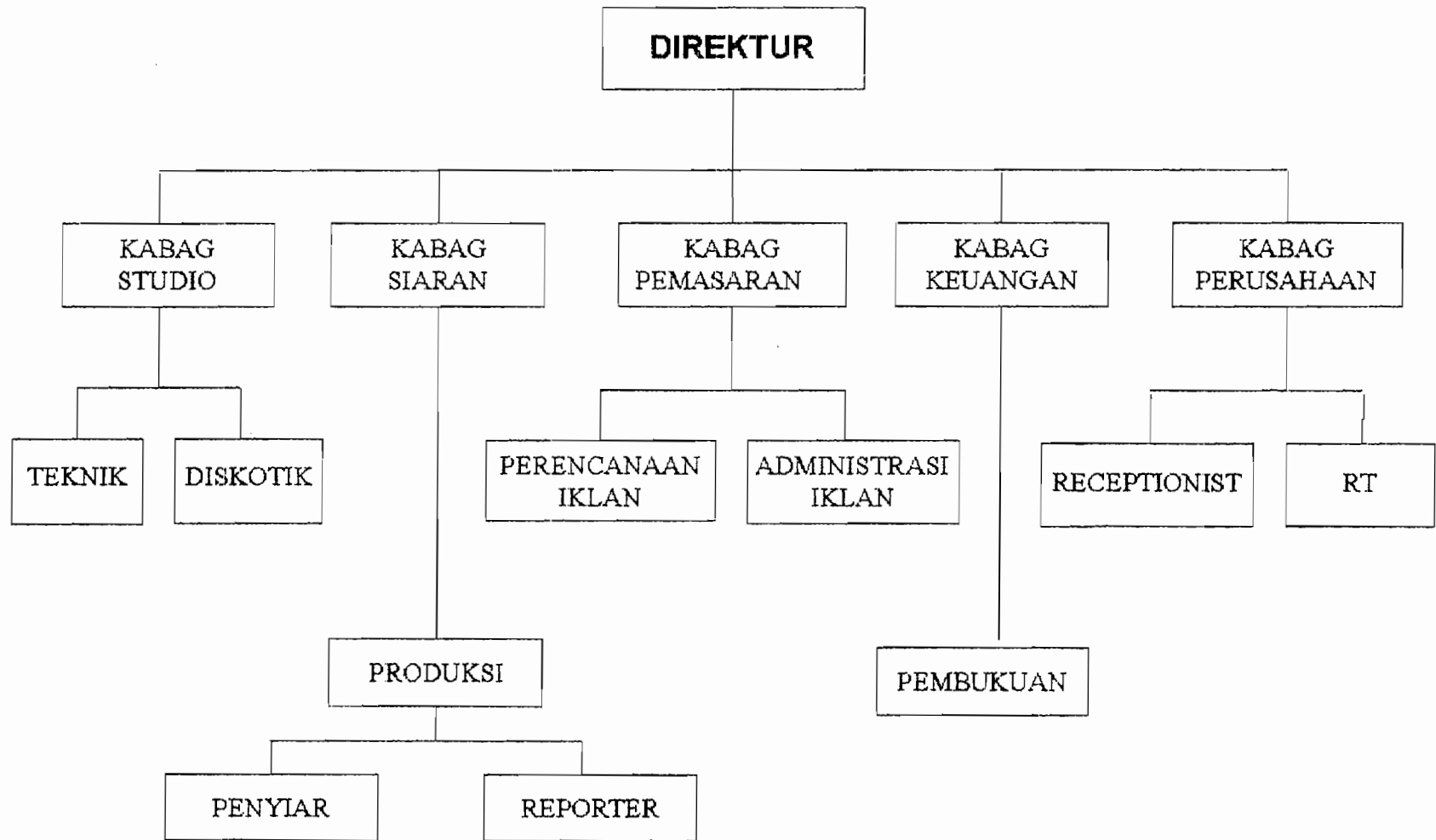
2. Kepala Studio

- a. Bertanggungjawab secara keseluruhan mengenai hal-hal yang terkait dengan studio.
- b. Bekerjasama dengan bagian teknik, perawatan dan diskotik untuk memelihara peralatan yang digunakan untuk produksi acara dan siaran.
- c. Proses pengoperasian dan pemeliharaan peralatan harus sepengetahuan kepala studio.

3. Bagian Teknik

- a. Bertanggungjawab atas keselamatan dan kelancaran kerja seluruh peralatan studio.

STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN RADIO BIKIMA YOGYAKARTA



Gambar :3 Struktur Organisasi Perusahaan Radio Bikima Yogyakarta
Sumber : Perusahaan Radio Bikima Yogyakarta

- b. Mengadakan studi lapangan mengenai perkembangan teknologi komunikasi penyiaran.
 - c. Melaksanakan pembuatan instalasi untuk penggunaan siaran.
4. Diskotik.
- a. Membuat katalog lagu dan penyanyi.
 - b. Membuat dan menyusun penomoran kaset dan kompaq disk yang baru maupun yang sudah lama.
 - c. Membuat daftar koleksi kaset dan kompaq disk yang dimiliki perusahaan.
 - d. Secara berkala mengadakan studi lapangan mengenai hal yang menjadi perhatian masyarakat.
5. Kepala Bagian Siaran
- a. Bertanggungjawab atas kelancaran siaran.
 - b. Membuat jadwal tugas penyiar.
 - c. Mengadakan rapat bagian siaran.
 - d. Mengevaluasi program.
 - e. Membuat program acara langsung maupun tunda.
6. Produksi
- a. Merencanakan dan menetapkan produksi.
 - b. Melaksanakan produksi siaran sesuai dengan programnya.
 - d. Melacak kemajuan hasil produksi yang dikelola.

7. Penyiar

- a. Melaksanakan tugas siaran sesuai jadwal yang telah disusun oleh kepala bagian siaran.
- b. Bersama-sama tetap menjaga dan memelihara peralatan siaran.
- c. Menjadi reporter dan operator siaran.

8. Reporter

- a. Mencari, mengumpulkan, mengoleksi, mengolah dan melaporkan berita.
- b. Mengedit hasil reportase untuk disiarkan.
- c. Mengadakan rapat redaksi dan evaluasi.

9. Bagian Pemasaran

- a. Menjalin hubungan baik dengan para produsen atau pengguna jasa radio.
- b. Menjual produk kepada perusahaan pengguna jasa radio.
- c. Menciptakan pandangan atau citra yang baik mengenai perusahaan.

10. Perencanaan Iklan

- a. Mengatur atau merencanakan penayangan iklan.
- b. Menerima order iklan dari pemasang iklan.
- c. Mengingatkan batas akhir order iklan untuk diudarkan.

11. Administrasi Iklan

- a. Menghitung jam siaran iklan.
- b. Memasukkan data iklan ke buku data base.
- c. Surat menyurat dengan pemasang iklan.

12. Kepala Bagian Keuangan

- a. Melaksanakan pengolahan data akuntansi untuk menghasilkan laporan keuangan bagi pihak ekstern maupun intern.
- b. Melaksanakan penerimaan, pengeluaran, dan penyimpanan uang perusahaan sesuai dengan otorisasi yang berwenang.
- c. Meminta informasi dalam rangka tugas yang berhubungan dengan pengolahan data akuntansi dari semua kepala bagian.
- d. Menolak pengeluaran kas yang tidak sesuai dengan prosedur.

13. Pembukuan.

- a. Membantu tugas-tugas kepala bagian keuangan.

14. Administrasi Perusahaan.

- a. Membantu kelancaran tugas-tugas direktur.
- b. Merumuskan sasaran dalam kerangka tujuan yang telah ditetapkan direksi.
- c. Menetapkan strategi untuk mencapai sasaran perusahaan.
- d. Memilih dan menetapkan yang terbaik bagi perusahaan sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan oleh direksi.

15. Receptionist

- a. Menerima dan menemui tamu yang datang ke perusahaan radio Bikima.
- b. Menjelaskan kepada khalayak tentang apa yang ditanyakan oleh khalayak berkaitan dengan kegiatan siaran radio Bikima.
- e. Mampu mengangkat citra positif bagi perusahaan radio Bikima di masyarakat luas.

16. Rumah Tangga

- a. Mengurusi hal-hal yang berkaitan dengan urusan rumah tangga dan umum.

4. Produksi

a. Jenis Produk

Perusahaan radio Bikima, produk utamanya adalah jasa penyiaran, yang tarif atau harganya dihitung berdasarkan waktu. Pada perusahaan radio Bikima Yogyakarta tarif iklan dihitung per menit untuk setiap spot iklan.

b. Volume Produksi

Saat ini perusahaan radio Bikima Yogyakarta mengudara dari pukul 04.55 wib sampai dengan pukul 01.00 dini hari, berarti dalam satu hari perusahaan radio Bikima mengudara 20 jam 5 menit. Pola siaran pada perusahaan radio Bikima yaitu terdiri dari :

- | | |
|------------------------------|-----|
| - Siaran Penerangan | 17% |
| - Siaran Pendidikan | 21% |
| - Siaran Hiburan | 46% |
| - Siaran Komersil atau iklan | 16% |

Untuk hiburan menempati porsi yang paling besar sedangkan untuk iklan perusahaan radio Bikima setiap harinya menyediakan waktu sekitar 5% dari jam mengudara. Dari 5% jam mengudara dalam sehari perusahaan mampu menghasilkan kurang lebih 60 spot iklan komersial. Jadi volume produksi pada perusahaan tersebut adalah 60 menit per hari atau 21.900 menit per tahun (60 x 365 hari).

5. Pemasaran

Perusahaan radio Bikima Yogyakarta daerah pemasarannya meliputi seluruh Indonesia, artinya perusahaan yang memasang iklan pada perusahaan radio Bikima Yogyakarta berasal dari beberapa kota di Indonesia. Dalam usahanya meningkatkan penjualan perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan cara :

- a. Menyakinkan pelanggan dengan penyajian program siaran yang ditujukan untuk kelompok tertentu dan jumlah pendengar, disertai data yang akurat berdasarkan survei.
- b. Memasang iklan pada media cetak dan gedung-gedung bioskop untuk mendapat pelanggan baru.

6. Biaya yang Terjadi

Dalam penentuan tarif pemasangan iklan, elemen yang terpenting ialah biaya. Berikut ini disajikan elemen-elemen biaya yang diperhitungkan dalam penentuan tarif pemasangan iklan :

- a. Kaset bahan siaran dan diskotik

Biaya ini meliputi biaya pembelian kaset kosong, kaset bahan siaran dan kaset bahan diskotik.

- b. Gaji karyawan

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar upah seluruh karyawan perusahaan.

- c. Perbaikan dan pemeliharaan generator

Biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan generator serta perawatan dan pemeliharannya.

d. Rekening listrik

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar rekening listrik.

e. Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat

Biaya yang dikeluarkan untuk perbaikan dan perawatan serta pemeliharaan alat.

f. Biaya suplies kantor

Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian alat-alat perkantoran.

g. Rekening telpon

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar rekening telpon.

h. Biaya promosi dan pemasaran

Biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi dan pemasaran antara lain, pemasangan iklan pada surat kabar, gedung bioskop dan lain-lain.

i. Penyusutan dan amortisasi

Biaya yang dikeluarkan untuk penyusutan gedung, peralatan.

j. Biaya asuransi

Biaya yang dikeluarkan untuk membayar asuransi pada perusahaan asuransi.

k. Biaya off air

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk kegiatan-kegiatan perusahaan diluar siaran, misalnya jumpa artis, wawancara artis dan lain-lain.

l. Biaya cetak

Biaya yang dikeluarkan untuk mencetak undangan, brosur, pamflet dan lain-lain.

m. Biaya hadiah

Biaya yang dikeluarkan untuk membeli hadiah pada para pemenang acara yang disediakan perusahaan, misalnya kuis telpon, kuis kartu pos dan lain-lain.

n. Biaya bantuan sosial

Biaya yang dikeluarkan untuk memberikan bantuan pada pihak-pihak yang minta bantuan yang bersifat sosial pada perusahaan.

o. Biaya langganan koran dan majalah

Biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk membayar langganan koran dan majalah.

7. Tarif Pemasangan Iklan

Tarif pemasangan iklan pada perusahaan radio Bikima Yogyakarta adalah sebesar Rp 30.000 per menit. Tarif tersebut adalah tarif umum diluar tarif khusus, tarif khusus yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Tarif untuk pemasang iklan dalam jumlah waktu yang cukup lama.
- b. Tarif untuk pemasang iklan yang sudah lama memasang iklan pada perusahaan radio Bikima Yogyakarta.
- c. Tarif untuk pemasang iklan yang sifatnya sosial.

Tarif yang akan dianalisis oleh penulis yaitu : tarif umum yang besarnya Rp 30.000. untuk tarif khusus tidak akan dianalisa karena disamping persentasenya kecil juga besarnya tarif tidak sama. Pihak perusahaan radio sendiri tidak tetap dalam memberikan tarif atau potongan sesuai dengan kebijaksanaan perusahaan.

8. Langkah-langkah Penentuan Tarif

Perusahaan radio Bikima Yogyakarta dalam menentukan tarif pemasangan iklan tidak terpaku pada teori-teori penetapan harga jual yang lazim. Menurut manajer perusahaan setelah adanya TV swasta maka penentuan tarif pemasangan iklan sangat dipengaruhi oleh persaingan pasar. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

- a. Melihat rentang harga yang ditentukan oleh Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI)..
- b. Melihat tarif pemasangan iklan pada perusahaan sejenis.

BAB V
ANALISIS DATA

Dalam bab ini akan dianalisis data yang telah diperoleh agar dapat dibahas dua perumusan masalah pada bab I, yaitu tentang penentuan tarif iklan dimasing-masing radio apakah sudah tepat, apakah ada perbedaan dalam hal penentuan tarif disetiap masing-masing radio.

A. Analisis Masalah Pertama

Untuk menjawab permasalahan pertama yaitu menghitung penentuan tarif iklan pada masing-masing radio sudah tepat atau belum dengan menggunakan pendekatan full costing data yang diperlukan antara lain :

1. Mencatat seluruh taksiran biaya pada perusahaan radio RRI, GERONIMO, dan BIKIMA.

Taksiran biaya yang dianggarkan untuk tahun 2000 pada perusahaan radio RRI dapat dilihat pada tabel:

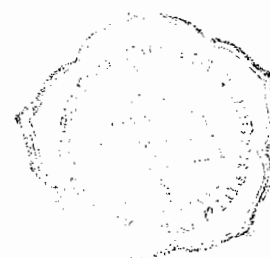
Tabel V.1: Taksiran Anggaran Biaya Tahun 2000 untuk Perusahaan Radio RRI Nusantara II Yogyakarta.

NO	POS BIAYA	JUMLAH
1	Kaset bahan siaran dan diskotik	Rp 20.000.000
2	Biaya gaji karyawan	Rp 1.127.400.000
3	Iuran astek	Rp 2.530.000
4	Biaya rekening listrik	Rp 25.000.000
5	Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	Rp 2.000.000
6	Biaya penyusutan alat	Rp 10.000.000
7	Biaya perbaikan dan pemeliharaan generator	Rp 12.000.000
8	Biaya promosi	Rp 1.500.000
9	Biaya cetak	Rp 300.000
10	Biaya rekening telepon	Rp 12.500.000
11	Biaya langganan koran dan majalah	Rp 2.000.000
12	Biaya supplies kantor	Rp 1.000.000
13	Biaya rapat dan pertemuan	Rp 6.500.000
	Jumlah	Rp 1.222.730.000

Taksiran biaya yang dianggarkan untuk tahun 2000 pada perusahaan radio GERONIMO dapat dilihat pada tabel:

Tabel V.2.: Taksiran Anggaran Biaya Tahun 2000 untuk Perusahaan Radio GERONIMO Yogyakarta.

NO	POS BIAYA	JUMLAH
1	Kaset bahan siaran dan diskotik	Rp 25.000.000
2	Biaya gaji karyawan	Rp 175.200.000
3	Kesejahteraan karyawan	Rp 5.000.000
4	Bonus karyawan	Rp 4.000.000
5	Biaya rekening listrik	Rp 18.000.000
6	Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	Rp 10.000.000
7	Biaya asuransi alat	Rp 400.000
8	Biaya penyusutan alat	Rp 9.200.000
9	Biaya promosi	Rp 10.000.000
10	Biaya hadiah	Rp 1.000.000
11	Biaya cetak	Rp 500.000
12	Biaya bantuan sosial	Rp 1.500.000
13	Biaya off air	Rp 1.000.000
14	Biaya rekening telpon	Rp 20.000.000
15	Biaya langganan koran dan majalah	Rp 1.000.000
16	Biaya supplies kantor	Rp 5.000.000
17	Biaya rapat dan pertemuan	Rp 2.500.000
	Jumlah	Rp 289.300.000



Taksiran biaya yang dianggarkan untuk tahun 2000 pada perusahaan radio BIKIMA dapat dilihat pada tabel:

Tabel V.3: Taksiran Anggaran Biaya Tahun 2000 untuk Perusahaan Radio BIKIMA Yogyakarta.

NO	POS BIAYA	JUMLAH
1	Kaset bahan siaran dan diskotik	Rp 18.000.000
2	Biaya gaji karyawan	Rp 104.400.000
3	Biaya perbaikan dan pemeliharaan generator	Rp 5.500.000
4	Biaya rekening listrik	Rp 7.500.000
5	Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	Rp 9.000.000
6	Biaya asuransi alat	Rp 750.000
7	Biaya penyusutan alat	Rp 10.750.000
8	Biaya promosi dan pemasaran	Rp 12.000.000
9	Biaya hadiah	Rp 800.000
10	Biaya cetak	Rp 350.000
11	Biaya bantuan sosial	Rp 2.000.000
12	Biaya off air	Rp 1.000.000
13	Biaya rekening telpon	Rp 5.300.000
14	Biaya langganan koran dan majalah	Rp 800.000
15	Biaya supplies kantor	Rp 3.000.000
	Jumlah	Rp 181.150.000

2. Menggolongkan biaya-biaya tersebut dalam biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead pabrik, biaya administrasi dan umum, dan biaya pemasaran.

Formulir pengumpulan biaya yang dianggarkan untuk tahun 2000 pada perusahaan radio RRI Nusantara II Yogyakarta dapat dilihat pada tabel:

Tabel V.4: Formulir Biaya yang dianggarkan Tahun 2000 untuk Perusahaan Radio RRI Nusantara II Yogyakarta.

URAIAN	JUMLAH
Biaya Produksi:	
• Biaya Bahan Baku	
- Kaset bahan siaran dan diskotik	Rp 20.000.000
• Biaya Tenaga Kerja Langsung:	
- Biaya gaji karyawan produksi	Rp 987.000.000
• Biaya Overhead Pabrik:	
- Biaya rekening listrik	Rp 25.000.000
- Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	Rp 2.000.000
- Biaya perbaikan dan pemeliharaan generator	Rp 12.000.000
- Iuran astek	Rp 2.530.000
- Biaya penyusutan alat	Rp 10.000.000
Jumlah	Rp1.058.530.000
Biaya Non Produksi:	
• Biaya Pemasaran:	
- Biaya promosi	Rp 1.500.000
- Biaya cetak	Rp 300.000
• Biaya Administrasi dan Umum:	
- Biaya rekening telpon	Rp 12.500.000
- Biaya langganan koran dan majalah	Rp 2.000.000
- Biaya supplies kantor	Rp 1.000.000
- Biaya rapat dan pertemuan	Rp 6.500.000
- Biaya gaji karyawan non produksi	Rp 140.400.000
Jumlah	Rp 164.200.000
Total Anggaran	Rp 1.222.730.000

Formulir pengumpulan biaya yang dianggarkan untuk tahun 2000 pada perusahaan radio GERONIMO dapat dilihat pada tabel:

Tabel V.5: Formulir Biaya yang dianggarkan Tahun 2000 untuk Perusahaan Radio GERONIMO Yogyakarta.

URAIAN	JUMLAH
Biaya Produksi:	
• Biaya Bahan Baku:	
- Kaset bahan siaran dan diskotik	Rp 25.000.000
• Biaya Tenaga Kerja Langsung:	
- Biaya gaji karyawan produksi	Rp 117.600.000
- Kesejahteraan karyawan	Rp 5.000.000
- Bonus karyawan	Rp 4.000.000
• Biaya Overhead Pabrik:	
- Biaya rekening listrik	Rp 18.000.000
- Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	Rp 10.000.000
- Biaya asuransi alat	Rp 400.000
- Biaya penyusutan alat	Rp 9.200.000
Jumlah	Rp 189.200.000
Biaya Non Produksi:	
• Biaya Pemasaran:	
- Biaya promosi	Rp 10.000.000
- Biaya hadiah	Rp 1.000.000
- Biaya cetak	Rp 500.000
- Biaya bantuan sosial	Rp 1.500.000
- Biaya off air	Rp 1.000.000
• Biaya Administrasi dan Umum:	
- Biaya rekening telpon	Rp 20.000.000
- Biaya langganan koran dan majalah	Rp 1.000.000
- Biaya supplies kantor	Rp 5.000.000
- Biaya rapat dan pertemuan	Rp 2.500.000
- Biaya gaji karyawan non produksi	Rp 57.600.000
Jumlah	Rp 100.100.000
Total Anggaran	Rp 289.300.000

Formulir pengumpulan biaya yang dianggarkan untuk tahun 2000 pada perusahaan radio BIKIMA dapat dilihat pada tabel:

Tabel V.6: Formulir Biaya yang dianggarkan Tahun 2000 untuk Perusahaan Radio BIKIMA Yogyakarta.

URAIAN	JUMLAH
Biaya Produksi:	
• Biaya Bahan Baku:	
- Kaset bahan siaran dan diskotik	Rp 18.000.000
• Biaya Tenaga Kerja Langsung:	
- Biaya gaji karyawan produksi	Rp 68.400.000
• Biaya Overhead Pabrik:	
- Biaya rekening listrik	Rp 7.500.000
- Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	Rp 9.000.000
- Biaya perbaikan dan pemeliharaan generator	Rp 5.500.000
- Biaya asuransi alat	Rp 750.000
- Biaya penyusutan alat	Rp 10.750.000
Jumlah	Rp 119.900.000
Biaya Non Produksi:	
• Biaya Pemasaran:	
- Biaya promosi dan pemasaran	Rp 12.000.000
- Biaya hadiah	Rp 800.000
- Biaya cetak	Rp 350.000
- Biaya bantuan sosial	Rp 2.000.000
- Biaya off air	Rp 1.000.000
• Biaya Administrasi dan Umum:	
- Biaya rekening telpon	Rp 5.300.000
- Biaya langganan koran dan majalah	Rp 800.000
- Biaya supplies kantor	Rp 3.000.000
- Biaya gaji karyawan non produksi	Rp 36.000.000
Jumlah	Rp 61.250.000
Total Anggaran	Rp 181.150.000

3. Tarif iklan pada setiap masing-masing perusahaan radio yaitu: Radio RRI Nusantara II, Radio GERONIMO, dan Radio BIKIMA.
 - a. Tarif iklan menurut perusahaan radio RRI Nusantara II Yogyakarta.

Perhitungan tarif iklan untuk perusahaan radio RRI tidak ada karena sudah ditentukan oleh Pemerintah atau Direktorat Jenderal Radio, Televisi dan Film (Ditjen RTF) yaitu sebesar Rp 1.800 yang nantinya akan diserahkan ke kas negara tapi tarif iklan secara umum yang ditentukan perusahaan radio RRI adalah sebesar Rp 15.000 per menit, dimana setelah dikurangi dengan uang yang harus disetorkan ke kas negara sisanya digunakan untuk biaya operasional sebesar Rp13.200.
 - b. Tarif iklan menurut perusahaan radio GERONIMO Yogyakarta.

Perhitungan tarif iklan di perusahaan radio GERONIMO tidak ada tapi tarif iklan secara umum adalah sebesar Rp 55.000 per menit, tapi kalau di perusahaan radio GERONIMO tarif iklan bisa kurang dari Rp 55.000 karena penentuan tarif iklan di perusahaan radio GERONIMO adalah berdasarkan negoisasi antara perusahaan dengan si pemasang iklan.
 - c. Tarif iklan menurut perusahaan radio BIKIMA Yogyakarta.

Perhitungan tarif iklan di perusahaan radio BIKIMA tidak ada tapi tarif iklan secara umum adalah Rp 30.000 per menit.
4. Menyajikan perhitungan tarif berdasarkan teori untuk perusahaan Radio RRI, GERONIMO, dan BIKIMA.
 - a. Perhitungan tarif iklan berdasarkan teori untuk perusahaan radio RRI Nusantara II Yogyakarta yaitu:

Rumus untuk menghitung Mark up :

Biaya administrasi dan umum	8.120.000	
Biaya pemasaran	90.000	
Laba yang diharapkan (10% x 3.000.000.000)	300.000.000	
		————— +
Jumlah	308.210.000	
Biaya produksi (5% x 1.058.530.000)	52.926.500	
		————— :
Persentase Mark up	582,3%	

Rumus perhitungan harga jual :

Biaya produksi	52.926.500	
Mark up (582,3% x 52.926.500)	308.191.009,5	
		————— +
Jumlah harga jual	361.117.509,5	
Volume produksi (5% dari jam mengudara x 365)	21.900	
		————— :
Tarif iklan per menit	16.489	

Selanjutnya untuk mengetahui tepat atau tidaknya tarif pemasangan iklan yang ditentukan perusahaan radio RRI Yogyakarta, maka selisih perbedaan yang didapat harus dinyatakan dalam persentase, dengan cara membandingkan selisih yang didapat dengan tarif yang dihitung dengan kajian teori.

Perhitungannya antara lain sebagai berikut :

Tarif iklan hasil perhitungan peneliti	Rp 16.489
Tarif iklan pada perusahaan radio RRI	Rp 15.000
	Rp 1.489
Selisih	Rp 1.489
$\frac{\text{Rp 1.489}}{\text{Rp 16.489}} \times 100\% = 9\%$	

Dari angka selisih tersebut diatas yaitu sebesar 9% maka penulis bisa memasukkan ke dalam kriteria kurang tepat karena selisih tersebut lebih dari 5%.

b. Perhitungan tarif iklan berdasarkan teori untuk perusahaan radio GERONIMO yaitu:

Rumus untuk menghitung Mark up :

Biaya administrasi dan umum	86.100.000
Biaya pemasaran	14.000.000
Labanya yang diharapkan (50% x 2.000.000.000)	1.000.000.000
	+
Jumlah	1.100.100.000
Biaya produksi	189.200.000
	:
Persentase Mark up	581,4%

Rumus perhitungan harga jual :

Biaya produksi	189.200.000
Mark up (581,4% x 189.200.000)	1.100.008.800
	+
Jumlah harga jual	1.289.208.800

Volume produksi (5% dari jam mengudara x 365)	21.900	
		_____ :
Tarif iklan per menit	58.867	

Selanjutnya untuk mengetahui tepat atau tidaknya tarif pemasangan iklan yang ditentukan perusahaan radio GERONIMO Yogyakarta, maka selisih perbedaan yang didapat harus dinyatakan dalam persentase, dengan cara membandingkan selisih yang didapat dengan tarif yang dihitung dengan kajian teori.

Perhitungan antara lain sebagai berikut :

Tarif iklan hasil perhitungan peneliti	Rp 58.867	
Tarif iklan pada perusahaan radio GERONIMO	Rp 55.000	
		_____ -
	Selisih	Rp 3.867
$\frac{\text{Rp } 3.867}{\text{Rp } 58.867} \times 100\%$	=	6,56%

Dari angka selisih tersebut diatas yaitu sebesar 6,56% maka penulis bisa memasukkan ke dalam kriteria kurang tepat

c. Perhitungan tarif iklan berdasarkan teori untuk perusahaan radio BIKIMA yaitu:

Rumus untuk menghitung Mark up :

Biaya administrasi dan umum	45.100.000	
Biaya pemasaran	16.150.000	
Laba yang diharapkan (35% x 1.500.000.000)	525.000.000	
		_____ +
Jumlah		586.250.000

Biaya produksi	119.900.000	
	<hr/>	:
Persentase Mark up	488,9%	

Rumus perhitungan harga jual :

Biaya produksi	119.900.000	
Mark up (488,9% x 119.900.000)	586.191.100	
	<hr/>	+
Jumlah harga jual	709.091.100	
Volume produksi (5% dari jam mengudara x 365)	21.900	
	<hr/>	:
Tarif iklan per menit	32.241	

Selanjutnya untuk mengetahui tepat atau tidaknya tarif pemasangan iklan yang ditentukan perusahaan radio BIKIMA Yogyakarta, maka selisih perbedaan yang didapat harus dinyatakan dalam persentase, dengan cara membandingkan selisih yang didapat dengan tarif yang dihitung dengan kajian teori.

Perhitungan antara lain sebagai berikut :

Tarif iklan hasil perhitungan peneliti	Rp 32.241
Tarif iklan pada perusahaan radio BIKIMA	Rp 30.000
	<hr/>
	Rp 2.241

$$\frac{\text{Rp } 2.241}{\text{Rp } 32.241} \times 100\% = 6,95\%$$

Dari angka selisih tersebut diatas yaitu sebesar 6,95% maka penulis bisa memasukkan ke dalam kriteria kurang tepat.

Perbandingan hasil perhitungan tarif pada masing-masing perusahaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel V.7. Hasil Perhitungan Tarif dan Selisih untuk Masing-masing Perusahaan Radio

Perusahaan Radio	Tarif Perusahaan	Tarif Perhitungan Peneliti	Selisih (Rupiah)	Selisih (%)
RRI	15.000	16.489	1.489	9%
GERONIMO	55.000	58.867	3.867	6,98%
BIKIMA	30.000	32.241	2.241	6,95%

B. Analisis Masalah Kedua

Untuk menjawab permasalahan kedua, yaitu tentang perbedaan dalam hal penentuan tarif iklan antara perusahaan radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA, penulis membandingkan data yang diperoleh dari masing-masing perusahaan tentang penentuan tarif iklan tersebut yang meliputi prosedur dan langkah-langkah yang dilakukan untuk menentukan tarif dan data biaya yang diperhitungkan dalam menentukan tarif iklan.

Dari hasil perbandingan tersebut diketahui bahwa untuk perusahaan radio RRI dalam menentukan tarif iklannya, sebelum Departemen Penerangan ditiadakan, berdasarkan ketetapan Dirjen RTF (Direktorat Jendral Radio, Televisi dan Film) dan tidak memperhitungkan laba bagi perusahaan karena RRI merupakan salah satu lembaga nonprofit. Mulai tanggal 4 April 2000, RRI menentukan tarif pemasangan iklan sebesar Rp 15.000 berdasarkan kebijaksanaan perusahaan. Sedangkan untuk

perusahaan radio GERONIMO, penentuan tarif ini tidak menggunakan teori yang pasti tetapi hanya dengan melihat pangsa pasar, daya beli masyarakat dan tingkat keuntungan tertentu yang diinginkan perusahaan dan tarif iklan tersebut masih dapat dinegosiasikan dengan konsumen (si pemasang iklan).

Untuk perusahaan radio BIKIMA penentuan tarif iklan tidak terpaku pada teori-teori penetapan harga jual yang lazim. Adapun langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Melihat rentang harga yang ditentukan oleh Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI).
2. Melihat tarif pemasangan iklan pada perusahaan sejenis.

Jadi dalam menentukan tarif iklan, masing-masing perusahaan tersebut mempunyai kebijaksanaan dan langkah yang berbeda-beda. Hal tersebut yang menyebabkan adanya perbedaan tarif iklan radio satu dengan yang lainnya.

Selain itu terdapat perbedaan data biaya yang dianggarkan untuk tahun 2000 oleh masing-masing perusahaan radio dapat dilihat pada tabel:

Tabel V.8: Perbedaan Data Biaya Yang Dianggarkan Untuk Masing-masing Perusahaan Radio Pada Tahun 2000.

RRI		GERONIMO		BIKIMA	
No	Uraian	No	Uraian	No	Uraian
1.	Kaset bahan siaran dan diskotik	1.	Kaset bahan siaran dan diskotik	1.	Kaset bahan siaran dan diskotik
2.	Biaya gaji karyawan	2.	Biaya gaji karyawan	2.	Biaya gaji karyawan
3.	luran astek	3.	Kesejahteraan karyawan	3.	-
4.	-	4.	Bonus karyawan	4.	-
5.	Biaya rekening listrik	5.	Biaya rekening listrik	5.	Biaya rekening listrik
6.	Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	6.	Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat	6.	Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat
7.	Biaya perbaikan dan pemeliharaan generator	7.	-	7.	Biaya perbaikan dan pemeliharaan generator
8.	-	8.	Biaya asuransi alat	8.	Biaya asuransi alat
9.	Biaya penyusutan alat	9.	Biaya penyusutan alat	9.	Biaya penyusutan alat
10.	Biaya promosi	10.	Biaya promosi	10.	Biaya promosi
11.	-	11.	Biaya hadiah	11.	Biaya hadiah
12.	Biaya cetak	12.	Biaya cetak	12.	Biaya cetak
13.	-	13.	Biaya bantuan sosial	13.	Biaya bantuan sosial
14.	-	14.	Biaya off air	14.	Biaya off air
15.	Biaya rekening telpon	15.	Biaya rekening telpon	15.	Biaya rekening telpon
16.	Biaya langganan ko-ran dan majalah	16.	Biaya langganan ko-ran dan majalah	16.	Biaya langganan ko-ran dan majalah
17.	Biaya supplies kantor	17.	Biaya supplies kantor	17.	Biaya supplies kantor
18.	Biaya rapat dan per-temuan	18.	Biaya rapat dan per-temuan	18.	-

Perbedaan data biaya di atas akan sangat mempengaruhi perhitungan tarif berdasarkan teori karena setiap pos biaya tersebut merupakan elemen biaya yang diperhitungkan dalam menentukan tarif iklan berdasarkan metode *cost plus pricing* dengan pendekatan *full costing*.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan data dan informasi yang telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya, serta setelah dilakukan analisis permasalahan tentang ketepatan ketentuan penentuan tarif pemasangan iklan pada perusahaan radio RRI, GERONIMO dan BIKIMA serta tentang faktor-faktor penyebab terjadinya perbedaan besar tarif pemasangan iklan. Dari hasil tersebut diperoleh dua gambaran tarif, yang pertama adalah tarif yang ditentukan oleh perusahaan dan yang kedua adalah tarif berdasarkan perhitungan yang dilakukan penulis dengan menggunakan *Metode Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *full costing* serta analisis penyebab terjadinya perbedaan besarnya tarif pemasangan iklan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Perusahaan Radio RRI

Untuk RRI perbandingan besarnya tarif pemasangan iklan yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan tarif iklan yang dihitung oleh penulis ternyata mempunyai selisih yaitu sebesar Rp 1.489 (selisih = tarif perhitungan peneliti – tarif perusahaan) dan setelah dilakukan analisis selisih ternyata selisih tersebut mencapai 9% dan dapat dikatakan kurang tepat karena selisih tersebut lebih dari 5%.

Perbedaan selisih yang relatif besar tersebut ternyata dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain:

- a. Penentuan tarif yang telah ditetapkan oleh perusahaan sebesar Rp 1.800 merupakan kebijaksanaan dari Direktorat Jenderal Radio Televisi dan Film (Ditjen RTF) dan tarif tersebut tidak berorientasi untuk mencari laba karena RRI merupakan salah satu lembaga non profit yang dimiliki negara dibawah naungan Departemen Penerangan (sampai dengan tahun 1999).
- b. Elemen biaya yang diperhitungkan oleh RRI tidak mencakup keseluruhan elemen biaya yang diperhitungkan dengan menggunakan *Metode Cost Plus Pricing*, sehingga terjadi perbedaan tarif yang begitu menyolok.

2. Perusahaan Radio GERONIMO

Untuk perusahaan radio GERONIMO perbandingan bersamanya tarif yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan tarif iklan yang dihitung oleh penulis ternyata mempunyai selisih yaitu sebesar Rp 3.867 dan setelah dilakukan analisis selisih ternyata perbedaannya sebesar 6,65% dan dapat dikategorikan kurang tepat karena selisihnya lebih dari 5%.

Faktor penyebab terjadinya perbedaan tarif perusahaan dengan tarif yang dihitung oleh penulis adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan radio GERONIMO tidak memakai acuan teori dalam menentukan tarif atau dengan kata lain hanya berdasarkan hasil perundingan dengan bagian pemasaran dan keuangan.

- b. Adanya proses negosiasi dengan konsumen (pemasang iklan) dalam menentukan tarif dengan kebijakan khusus.
- c. Beberapa elemen biaya tidak diperhitungkan oleh perusahaan sehingga dalam menghitung tarif iklan tersebut penulis hanya berfokus pada biaya-biaya yang ada dalam perusahaan saja.

3. Perusahaan Radio BIKIMA

Untuk perusahaan radio BIKIMA perbandingan besarnya tarif yang telah ditentukan oleh perusahaan dengan tarif iklan yang dihitung oleh penulis mempunyai selisih yaitu sebesar Rp 2.241 dan setelah dilakukan analisis selisih ternyata perbedaan tarif tersebut mencapai 6,95% sehingga dapat dikategorikan kurang tepat karena selisihnya lebih dari 5%. Perbedaan penentuan tarif ini disebabkan oleh beberapa hal, seperti:

- a. Dalam penentuan besarnya tarif iklan, perusahaan tidak menggunakan dasar-dasar teori yang ada tetapi lebih bersifat spekulasi dengan mengasumsikan bahwa tarif tersebut sudah dapat menutup biaya operasional dan menghasilkan laba bagi perusahaan.
- b. Perusahaan juga mempertimbangkan daya beli masyarakat dan memperhatikan rentang tarif yang dimiliki oleh perusahaan lain.
- c. Ada elemen biaya yang tidak diperhitungkan karena perusahaan tidak mempunyai data biaya tersebut.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini ada keterbatasan-keterbatasan yang timbul dari hasil penelitian. Keterbatasan tersebut mengenai Laporan keuangan yang tidak dapat diketahui oleh penulis dan juga dalam penelitian ini penulis mengalami kesulitan untuk memisahkan biaya menjadi BOP atau biaya non produksi khususnya pada:

1. Biaya rekening listrik
2. Biaya perbaikan dan pemeliharaan alat
3. Biaya asuransi alat
4. Biaya penyusutan alat

Data tersebut di atas yang diperoleh melalui wawancara langsung dengan pimpinan perusahaan. Data-data yang diperoleh ini kurang memuaskan karena merupakan data yang masih kasar (tidak tertulis dan tersusun secara sistematis).

Keterbatasan-keterbatasan di atas memungkinkan terjadinya hasil penelitian yang kurang akurat. Oleh karena itu, bila ada yang tertarik dengan hasil penelitian ini, sebaiknya dilakukan penelitian yang lebih akurat.

C. Saran

Saran yang diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Pada dasarnya penentuan tarif secara tepat sangat diperlukan oleh perusahaan dalam rangka evaluasi bisnis perusahaannya. Oleh karena itu untuk ketiga radio yaitu Radio RRI, Radio GERONIMO dan Radio BIKIMA yang menjadi obyek

penelitian, penulis menyarankan agar perusahaan mempunyai data penentuan tarif secara tepat untuk menjadikannya sebagai alat pengevaluasi kegiatan bisnis perusahaan dan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dimasa yang akan datang, meskipun dalam praktek sehari-hari tarif yang digunakan bukanlah tarif yang sudah ditentukan ketepatannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy Onong Uchjana, MA, 1978. *Radio Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Alumni.
- Mulyadi, 1993. *Konsep, Manfaat dan Rekayasa*, Edisi 2 , Yogyakarta: STIE YKPN.
- Philip Kotler-Gary Armstrong, 1994. *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi 5, Jilid I, Intermedia Jakarta.
- Supriyono, R.A 1989. *Akuntansi Manajemen: Proses Pengendalian Manajemen*, Yogyakarta: BPFE-UGM.
- Suryasudarma, BMS, SJ, 1998. *Etika Bisnis*, Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andy Offset.
- Winardi, SE. 1991. *Harga dan Penetapan Harga dalam Bidang Pemasaran Marketing*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Rajaman Augustinus Purba
Umur : 25 tahun.
Tempat/Tgl. Lahir : Pematang Purba, 14 Agustus 1975.
Agama : Katolik.
Jenis Kelamin : Laki-laki.
Status : Belum Menikah.
Alamat : Kerasaan Pekan Kec. Bandar, Kab. Simalungun
Sumatera Utara.
Telepon : (0622) 303015.

PENDIDIKAN

1. Tahun 1988 : Lulus SD Negeri V Kerasaan Pekan, Kec. Bandar, Kab. Simalungun Sumatera Utara.
2. Tahun 1991 : Lulus SMP Katolik Cinta Rakyat I, Pematang Siantar Sumatera Utara.
3. Tahun 1994 : Lulus SMA Katolik Bintang Timur Pematang Siantar Sumatera Utara.
4. Tahun 2000 : Menyelesaikan Study tingkat sarjana di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya.

