

TESIS

**STUDI KOMPARASI STRATEGI PROGRAM
RADIO BERJARINGAN ANTARA RADIO TRIJAYA
NETWORKS INDONESIA DAN AMP NETWORKS
MALAYSIA**



Wachid Effendi
No. Mhs. : 05.1066/PS/MM

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
2006



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN TESIS

Nama : Wachid Effendi
Nomor Mahasiswa : 05.1066/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Studi Komparasi Strategi Program Radio Berjaringan antara
Radio Trijaya Networks Indonesia dan AMP Networks
Malaysia

Nama Penguji

Tanggal

Tanda Tangan

Ketua

Dr. Budi Suprpto

8 September 2007

Sekretaris

Drs. P. Didit Kresnadewara, MM

8 September 2007

Anggota

Drs. Sukirno, MM

8 September 2007

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan, bahwa tesis ini merupakan karya pribadi dan bukan duplikasi dari karya tulis sebelumnya. Semua yang tertulis didalamnya berupa data, teks, gambar, analisis dan kesimpulan, kecuali yang telah secara tertulis menyebutkan sumber acuan dalam teori ini, adalah murni kerja saya dan merupakan hasil kerja keras pribadi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat agar menjadikan maklum bagi semua pihak

**Yang membuat surat pernyataan
Yogyakarta 7 Juli 2007**

Wachid Effendi



INTISARI

Perkembangan industri radio di Indonesia , ditandai dengan meluasnya radio berjaringan, baik itu yang berbentuk kepemilikan maupun pengelolaan manajemennya.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan, menganalisis, dan mengidentifikasi strategi program khususnya dalam bidang periklanan radio antara Radio Trijaya Networks Indonesia dengan Airtime Management & Programming (AMP) Networks Malaysia.

Penelitian studi komparasi ini dilakukan dengan mendatangi kantor pusat Radio Trijaya Networks di Jakarta, Radio Trijaya Yogyakarta ditambah dengan beberapa radio swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk pengumpulan data, wawancara dan diskusi penulis juga berkunjung langsung ke Kualalumpur kantor pusatnya AMP Networks Malaysia yang menjadi salah satu *holding company* nya ASTRO.

Strategi program antara Radio Trijaya Networks dan AMP Networks dianalisis dengan menggunakan deskriptif variable. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pelaku bisnis radio harus lebih fokus untuk mengarahkan segmen pendengarnya, program kearifan lokal mendapatkan porsi yang semestinya , digitalisasi teknologi, membentuk atau bergabung dalam radio networks, dan *branding* melalui media partner.

Kata kunci: radio networks, strategi program, segmen pendengar

ABSTRACT

The development of radio industry in Indonesia is assigned by the wide spread of networked-radio, whether by its ownership or by management.

This research is aimed to compare, to analyze and to identify strategic program, especially in the scope of radio advertising between Radio Trijaya Networks Indonesia and Airtime Management & Programming (AMP) Networks Malaysia. This comparative study is held by visiting the head quarter of Radio Trijaya Networks in Jakarta, Trijaya station in Yogyakarta, and also visiting some other private radio stations in Yogyakarta. For data collection, interview and discussion, the writer of this thesis, by himself, visited the head quarter of AMP Networks in Kualalumpur, Malaysia, as one of ASTRO's holding company.

Strategic programs between Radio Trijaya Networks and AMP Networks were analyzed by applying descriptive variable. The result of this study finds that players in radio business should be more focus on directing the segment of the audience. Program of local values must have proper portion as it should be, digitalized technology, establishing or joining radio networks and branding through media partner

Key words: radio networks, strategic program, segment of the audience

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wata'ala, yang telah banyak melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahNya, sehingga penyusunan tesis dengan judul “Studi Komparasi Strategi Program Radio Trijaya Networks Indonesia dan AMP Networks Malaysia dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa penulisan tesis ini banyak mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan kerendahan hati menyampaikan terima kasih kepada :

1. Drs. Felix Wisnu Isdaryadi, MBA. Ketua Program Studi Magister Manajemen yang telah banyak membantu penulis, mengarahkan, membimbing dan memberi semangat penulis untuk penyelesaian tesis ini.
2. Drs. P. Didit Kresnadewara, MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak mengorbankan waktu dan pikiran dalam membimbing penulisan tesis ini.
3. Tito Sulistio, CEO MNC Networks Jakarta, yang memberikan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian di Radio Trijaya Networks.
4. Kudsia Kahar, General Manager AMP Radio Networks Kuala Lumpur, yang menerima dengan ramah sewaktu penulis berkunjung dikantornya All Asia Broadcast Centre, Technology Park Malaysia Lebuhraya Puchong-Sungai Besi, Bukit Jalil, 57000 Kuala Lumpur Malaysia.
5. Bambang Supratikno, Direktur RDTPI Dangdut Radio Arma Sebelas Yogyakarta
6. Seluruh rekan sekerja di Radio Trijaya FM Yogyakarta, spesial sekali kepada Mas Melky Brando.
7. Seluruh Civitas Akademika Universitas Atmajaya Yogyakarta tidak terkecuali para staf pengajar dan karyawan bagian admisi Program Pasca Sarjana.
8. Isteriku Ningrum beserta dua anakku Fia dan Husein yang tidak henti-hentinya memberi semangat kepada penulis agar cepat-cepat menyelesaikan S-2 nya.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi dan berguna bagi semua pihak yang memerlukannya. Amien ya robbal alamin.

Yogyakarta, 7 Juli 2007
Penulis

Wachid Effendi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
INTISARI	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Sistematika Penelitian	4
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1. Mass Communication	6
2.2. Networking	22
2.3. Advantage Kompetitif	27
2.4. Positioning	29
2.5. Segmentation	32
2.6. Strategy Implementation	34
2.7. Branding	36
 BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1. Radio Trijaya Networks	38
3.2. AMP Radio Networks	45

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	48
4.2. Data Penelitian	48
4.3. Metode Analisis Data	48
4.4. Deskriptif Variabel Penelitian	48
4.5. Hambatan	49
4.6. Peranan Penulis	50

BAB V HASIL ANALISIS DATA DAN DISKUSI

5.1. Analisis Data	51
5.2. One Stop Shopping	55
5.3. Ihtisar Data Keuangan	59
5.4. Segmentasi Audience	60
5.5. Programming	62
5.6. Coverage Area	66
5.7. Advertisement	67
5.8. Script Writer	71
5.9. Marketing Strategic	73

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	77
6.2. Saran	78
6.3. Keterbatasan	79

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1	33
2. Tabel 2	40
3. Tabel 3	45
4. Tabel 4	46
5. Tabel 5	47
6. Tabel 6	54
7. Tabel 7	55
8. Tabel 8	59
9. Tabel 9	59
10. Tabel 10	60
11. Tabel 11	65

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1	7
2. Gambar 2	25
3. Gambar 3	43
4. Gambar 4	44
5. Gambar 5	68
6. Gambar 6	74

DAFTAR LAMPIRAN

1. Radio Network Indonesia	82
2. Questionnaire AMP Radio Networks	88
3. Questionnaire Trijaya Radio Networks	89
4. Questionnaire Radio Lokal Yogyakarta	90
5. Deskripsi Acara Trijaya Radio Networks	91