

BAB I

PENDAHULUAN

1. LATAR BELAKANG

Radio sebagai salah satu media elektronika menunjukkan perkembangan yang signifikan. Indikasi ini terlihat dari pertumbuhan radio yang semakin banyak seiring dengan penambahan stasiun televisi swasta, media cetak dan *media on line*. Salah satu perkembangan bisnis radio yang mengemuka adalah penajaman pasar dengan menempatkan posisi radio pada segmen tertentu, misalnya radio anak muda, radio ndang ndut, radio wanita, radio bisnis, radio profesional muda dan lain-lain.

Selain itu perkembangan industri radio juga ditandai dengan adanya pergeseran-pergeseran penting seperti pengelolaannya yang dari sekedar hoby menjadi *sepenuh hati* alias lebih profesional. Meluasnya gejala radio berjaringan (*Radio Networks*) dari Jakarta ke daerah seperti Radio Trijaya FM juga turut memberi warna pasang naik industri radio ditanah air (*Cakram, Februari 2003 hal.7*)

Pertimbangan-pertimbangan modal dan keuntungan telah membawa perubahan dalam struktur ekonomi media dengan berkembangnya konglomerasi media penyiaran radio yang membawa konsekuensi, pelaku bisnis radio didaerah yang umumnya bermodal pas-pasan , akan takluk dan menyerah dengan pelaku bisnis asal Jakarta yang kemudian menjadi

pemilik mayoritas pemegang saham atau malahan menguasai 100% kepemilikan saham.

Menurut Rahayu, kondisi ini dicirikan oleh kepemilikan jaringan bisnis media yang luas, kokoh dan beragam, termasuk kemunculan bentuk-bentuk konglomerasi media. Konglomerasi media semakin diperkuat oleh praktek merger dan akuisisi yang merupakan satu bentuk strategi bisnis untuk mencapai performance perusahaan yang lebih tinggi (Rahayu 2001, hal 8-11).

Bisnis radio di Indonesia adalah salah satu lahan yang telah berkembang menjadi wilayah praktek konglomerasi media. Potensi jumlah pengiklan lokal dan pertumbuhan angka belanja iklan nasional masih dianggap menjanjikan keuntungan yang besar pemilik modal. Namun disisi lain, karakteristik teknologinya membuat radio bersifat sangat lokal. Maka munculah berbagai bentuk jaringan kepemilikan dan pengelolaan radio diberbagai daerah, yang sebagian besar dikendalikan oleh para pemilik modal besar. Bentuk kepemilikan dan pengelolaan ini disebut sebagai *radio networks* (radio berjaringan) atau lebih khusus lagi John Vivian menyebutnya dengan istilah *o-and-o radio network* (*network owned and operated*) (Vivian, 2002 hal 169).

Pada banyak kasus di Indonesia, *radio networks* adalah “kloning” dari sebuah stasiun radio besar di Jakarta. Jenis jaringan ini dicirikan dengan

adanya kesamaan merk siar *panggilan diudara*, program siaran, format radio, segmentasi pendengar, kesatuan jalur distribusi iklan, hirarki manajemen, dan tentunya kepemilikan modal oleh jaringan radio itu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *radio networks* adalah wujud optimalisasi *performance* radio sebagai media informasi dan hiburan, sekaligus institusi bisnis.

2. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang tersebut maka **Trijaya Networks (MNC Grup)** merupakan pilihan penulis untuk menjadi obyek penelitian dengan fokus pada *strategi program*, untuk dibandingkan dengan Radio Network dinegara jiran Malaysia, yakni **Airtime Management & Programming Networks (AMP Networks)** Kuala Lumpur Malaysia yang menjadi bagian dari **ASTRO Grup**.

3. BATASAN MASALAH

Batasan masalah hanya dibidang radio saja yang akan diteliti, bukan media-media lain yang menjadi *holding company* dari studi komparasi ini.

4. TUJUAN PENELITIAN

Untuk menganalisis, membandingkan dan mengidentifikasi strategi program yang berimplikasi pada: konsep network, positioning, segmentasi pendengar, programming, periklanan radio dan strategi

marketing antara Trijaya Networks Indonesia dengan Airtime Management & Programming Networks Malaysia,

5. MANFAAT PENELITIAN

Manfaat penelitian ini agar pelaku bisnis industri radio bisa mendapatkan referensi dari kajian penelitian ini, dengan harapan industri radio dinegara Indonesia khususnya, akan lebih maju dan berkembang.

6. SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk mengolah dan menganalisis penelitian ini.

BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas tentang gambaran umum perusahaan/company profile dari Trijaya Networks Jakarta dan AMP Networks Kualalumpur

BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penyusunan tesis ini.

BAB V. HASIL ANALISIS DATA DAN DISKUSI

Bab ini membahas tentang analisis semua data yang diteliti, dan hasil diskusi dengan beberapa nara sumber yang berkompeten

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran yang merupakan jawaban atas permasalahan yang diteliti.