STRATEGI MANAJEMEN PENYIARAN RADIO SWASTA GLOBAL FM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA NEW MEDIA

Skripsi

Disusun untuk memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Strata-1 (S1) Ilmu Komunikasi Konsentrasi : *Public Relations*



oleh AYU LESTARI 07031381621135

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2022

HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

"STRATEGI MANAJEMEN PENYIARAN RADIO SWASTA GLOBAL FM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA NEW MEDIA"

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Menempuh Derajat Sarjana S-1 Ilmu Komunikasi

Oleh:

AYU LESTARI 07031381621135

Pembimbing I

1. Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si

NIP 196012091989122001

Tanda Tangan

Tanggal

12-10-71

Pembimbing II

2. Krisna Murti, S.Ikom., MA

ZE.

11-10-2021

NIP 198807252019031010

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

Dr. Andries Lionardo, S.IP., M.Si

Nip. 197905012002121005

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI SKRIPSI

"STRATEGI MANAJEMEN PENYIARAN RADIO SWASTA GLOBAL FM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN DI ERA NEW MEDIA"

Skripsi Oleh : AYU LESTARI 07031381621135

Telah dipertahankan di depan penguji Dan dinyatakan telah memenuhi syarat Pada tanggal 27 Desember 2021

Pembimbing:	Tanggal	Tanda Tangan
1.Dr.Hj. Retna Mahriani, M.Si 196012091989122001	17-3-2022	priz
 Krisna Murti, S. Ikom., MA 198807252019031010 	21-3-2022	<u> Σ</u> ξ.
Penguji :		Tanda Tangan
1 Annisa Rahmawati, S. Ikom., M. I. Kom 199209292020122014	5-4-2022	<10Sph
2 Farisha Sestri Musdalifah, S.Sos., M.Si 199309052019032019	13-4-2022	Pish

Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI.

Prof. Dr. Alfitri, M.Si NIP. 196601221990031004 Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,

Dr. Mulanmad. Husni Thamrin, M.Si NIP. 196-100061992031001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama

: Ayu Lestari

NIM

: 07031381621135

Tempat/Tanggal Lahir

: Palembang, 29 Juli 1998

Program Studi/Jurusan

: Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi

: Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Global FM Dalam

Menghadapi Persaingan Di Era New Media

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpun yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahan dari pembimbing yang ditetapkan

2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan

tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia meneriama sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 6 Desember 2021 Yang membuat pernyataan,



Ayu Lestari NIM:07031381621136

MOTTO:

It's never to late...

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul tentang Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Global FM Dalam Menghadapi Persaingan Di Era New Media. Untuk melihat strategi penviaran Global FM ini menggunakan Teori dari Morissan MA, dimana pada teori tersebut terdapat beberapa dimensi seperti Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan dan Memberikan Pengaruh, Pengawasan, serta Evaluasi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yaitu dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Setelah melakukan penelitian dengan beberapa informan yaitu Direktur utama, Program Director, serta Announcer diketahui jika global fm melakukan perencanaan dengan cara menentukan sasaran selain dengan melakukan survey juga memanfaatkan fitur Instagram untuk melihat rentan usia pendengarnya dengan tindakan yang berpacu pada visi dan misi perusahaan yang melibatkan seluruh staf global fin dalam mencapai visi misi. Dalam hal pengorganisasian terdapat beberapa struktur tugas yang ada di global fm yang mana dalam setiap struktur tugas memiliki wewenang dan tugas sendiri yang bertujuan untuk memudahkan kegiatan menejerial yang ada di global fin. Pengarahan dan memberikan pengaruh di global fm diketahui jika global fm melakukan upgrading class yang diadakan setiap 6 bulan sekali yang bertjuan agar menambah ilmu serta skill penyiarny di bidang penyiaran agar dapat bersaing di era new media. Dalam hal pengawasan untuk meningkatkan kinerja yang baik bagi para staf dan penyiar agar dapat bersaing dengan memanfaatkan media sosial yang ada untuk memermudah akses para pendengarnya agar lebih efisien. Dalam tahap terakhir yaitu evaluasi diketahui jika global fin memanfaatkan media sosial yang mereka miliki serta fokus kepada meningktkan skill penyiar dan pembentukan karakter secara kuat agae dapat bersaing di era new media.

Kata Kunci : Strategi, Penyiaran, Media Baru

Pembimbing l

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si NIP 196012091989122991

AN PENDIDIKAN

Pembimbing II

Krisna Murti, S.Ikom., MA NIP 198807252019031010

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu y ial dan Ilmu Politik Univer Snwijaya

Husni Thamrin, M.Si 061992031001

ABSTRACT

The title of this research is about Global FM Private Radio Broadcasting Management Strategy in Facing Competition in the New Media Era. To see this Global FM broadcasting strategy, Morissan MA's Theory is used, where in this theory there are several dimensions such as Planning, Organizing, Directing and Giving Influence, Supervision, and Evaluation. This research was conducted with a qualitative method, namely the data collection techniques of interviews, observation, and documentation. After conducting research with several informants, namely the President Director, Program Director, and Announcer, it is known that global fm is planning by setting targets in addition to conducting surveys but also utilizing the Instagram feature to see the age range of its listeners with actions that are based on the company's vision and mission involving all global fm staff in achieving the vision and mission. In terms of organization, there are several task structures that exist in global fm, in which each task structure has its own authority and duties which aim to facilitate managerial activities in global fm. Guidance and influence in global fm is known if global fm performs an upgrading class which is held every 6 months which aims to increase the knowledge and skills of broadcasters in the field of broadcasting so that they can compete in the new media era. In terms of supervision to improve good performance for staff and broadcasters in order to compete by utilizing existing social media to facilitate access for listeners to be more efficient. In the last stage, namely the evaluation, it is known that Global FM utilizes their social media and focuses on improving broadcaster skills and strong character building so that they can compete in the new media era.

Keywords: Strategy, Broadcasting, New Media

Dr. Hj. Retna Mahriani, M.Si. NIP 196012091989122991

Advisor II

Krisna Murti, S.Ikom., MA NIP 198807252019031010

Head of The Department of Communication Studies

Faculty of Social and Political Sciences TA Univ as Sriwijaya

Dc Muha mad Husni Thamrin , M.Si

6406061992031001

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur dipanjatkan atas kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan nikmat hidayah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Global FM dalam Menghadapi Persaingan di Era New Media" dengan baik.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya. Dalam penyusunan laporan ini penulis telah mendapat banyak bantuan serta pengarahan baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

- Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaff, MSCE., Selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
- 2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si., Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
- 3. Bapak Dr. Andries Lionardo, S.IP., M. Si., Selaku ketua Jurusan Ilmu Komunikasi.
- 4. Ibu Dr. Retna Mahriani, M.Si., Selaku dosen pembimbing I penulis yang telah memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi.
- 5. Bapak Krisna Murti, S.Ikom. MA., Selaku dosen pembimbing II penulis yang telah memberikan bimbingan dalam menyusun skripsi.
- Semua Dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik terkhusus Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
- 7. Civitas Akademik, terkhusus Admin FISIP Universitas Sriwijaya, Admin Jurusan Ilmu Komunikasi.
- 8. Kepada seluruh pihak Global FM yang terlibat dalam penulisan skripsi ini.
- 9. Kepada Kedua Orang Tua serta Adik-adik yang telah memberikan dukungan semangat, dan doa dalam penyusuna skripsi ini.

10. Kepada seluruh keluarga besar yang sudah memberikan *Support* Selama penyusunan skripsi ini

11. Kepada Wahyu Rakhmad Kurniawan yang telah memberikan Support selama penyusunan skripsi, beserta teman-teman.

Peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya dan semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat, khususnya di bidang Ilmu Komunikasi.

Wassalammualaikum, Wr. Wb

Palembang, April 2022 Penulis,

Ayu Lestari

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHANi
HALAMAN PERSETUJUANii
PERNYATAAN ORISINALITASiii
MOTTOiv
ABSTRAKv
ABSTRACTvi
KATA PENGANTARvii
DAFTAR ISIix
DAFTAR TABELxii
DAFTAR GAMBARxiii
DAFTAR BAGANxiv
DAFTAR LAMPIRANxv
BAB 1 PENDAHULUAN1
1.1 Latar Belakang
1.1.1 Defisit Pendapatan Iklan di Global FM dari tahun ke tahun6
1.1.2 Global FM Palembang sebagai Radio berkarakteristik Menarik7
1.1.3 Kurangnya Strategi Pengenalan Global FM pada Masyarakat8
1.2 Rumusan Masalah9
1.3 Tujuan Penelitian9
1.4 Manfaat Penelitian9
1.4.1 Manfaat Teoritis9
1.4.2 Manfaat Praktis
BAB II TINJAUAN PUSTAKA11
2.1 Landasan Teori
2.2 Strategi
2.3 Penyiaran
2.4 Radio 13

2.5 New Media (Media Baru)	15
2.6 Strategi Program Radio	16
2.7 Teori yang digunakan : Teori Manajemen Penyiaran Morrisan, MA	19
2.8 Kerangka Teori	21
2.9 Kerangka Pemikiran	22
2.10 Alur Pikir	25
2.11 Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Definisi Konsep	29
3.3 Fokus Penelitian	30
3.4 Unit Analisis	32
3.5 Informan	32
3.5.1 Kriteria Informan	33
3.5.2 Key Informan	33
3.5.2 Informan Tambahan	34
3.6 Data dan Sumber Data	34
3.6.1 Data Primer	34
3.6.2 Data Sekunder	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7.1 Wawancara	34
3.7.2 Observasi	35
3.7.3 Dokumentasi	35
3.8 Teknik Keabsahan Data	36
3.9 Teknik Analisis Data	36
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	38
4.1 Sejarah Singkat Radio Global FM Palembang	38
4.2 Tujuan, Visi dan Misi Radio Global FM Palembang	38
4.2.1 Tujuan	38

4.2.2 Visi	39
4.2.3 Misi	39
4.2.4 Logo	40
4.3 Struktur Organisasi Radio Global FM Palembang	40
4.4 Program Siar di radio Global FM Palembang	42
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	44
5.1 Hasil dan Pembahasan	44
5.1.1 Menentukn Sasaran	48
5.1.2 Tindakan	50
5.1.3 Organisasi	54
A. Perencanaan dan Pengorganisasian	55
B. Pengarahan dan Pemberian Pegaruh	61
C. Pengawasan	68
D. Evaluasi	72
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	76
6.1 Kesimpulan	76
6.2 Saran	77

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Stasiun Radio di Palembang	2
Tabel 1.2 Pendapatan Pengiklanan Global FM	6
Tabel 1.3 Karakterisitik Radio di Palembang	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Fokus Penelitian	30
Tabel 4.1 Program Siar di Radio Global FM Palembang	42
Tabel 5.1 Alasan Memilh Direktur Utama Sebagai Informan Utama 1	45
Tabel 5.2 Alasan Memilih <i>Program Director</i> Sebagai Informan II	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Global FM	8
Gambar 4.1 Logo Radio Global FM Palembang	42
Gambar 5.1 Saat Mewawancarai Informan utama I	45
Gambar 5.2 Saat Mewawancarai Informan utama II	46
Gambar 5.3 Saat Mewawancarai Informan utama III	47
Gambar 5.3 segmentasu Rentan Umur Pendengar Global FM	49
Gambar 5.4 Riset Menentukan Segmentasi Pendengar Global FM	50
Gambar 5.6 Konten Global FM yang ada di Instagram dan Tiktok	52
Gambar 5.7 Visi dan Misi Global FM	53
Gambar 5.8 Struktur Organisasi Global FM	58
Gambar 5.9 Pembagian Tugas Struktur Organisasi	59
Gambar 5.10 <i>Gathering</i> Global FM	63
Gambar 5.11 Rapat Bulanan Global FM	65
Gambar 5.12 Upgrading Class yang dilakukan Global FM	67
Gmabar 5.13 Media Sosial yang dimanfaatkan Global FM	70
Gambar 5.14 Contoh Informasi yang dibagikan di Instagram Global FM	72
Gambar 5.15 Konten Siaran Yang diciptakan Global FM	74

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Alur Pikir	25
Bagan 4.1 Struktur Organisasi	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Draft Wawancara

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada *Era 4.0* saat ini telah dirasakan kemajuan teknologi yang mengalami perkembangan sangat pesat mengenai penyiaran yang tertera pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2002. Dunia penyiaran di Indonesia telah mengalami perubahan besar, penyiaran radio dan televisi di kota dan daerah berkembang sangat pesat. Terbukti dengan adanya regulasi ini memberikan payung bagi keberadaan stasiun radio swasta yang menjadi pemicu berkembangnya penyiaran swasta di berbagai wilayah di Indonesia. Penyebaran informasi saat ini sudah menembus ruang dan waktu terbukti dengan Teknologi informasi yang semakin canggih yang memudahkan individu untuk mengakses informasi kapanpun (Rihartono, 2015: 4).

Di dalam sejarah menunjukkan jika media massa termasuk penyiaran sudah menjadi bagiian penting bagi masyarakat modern dan puncak perkembangannya. Saat ini media massa sudah merebah luas dimana dapat diakses oleh seluruh manusia dengan mudah dan cepet untuk menyebarkan informasi social, budaya, dan politik. Salah satu media massa yang mudah di dapatkan ialah radio yang disukai oleh masyarakat Indonesia untuk mendapatkan hiburan maupun informasi (Trinovia, 2017).

Dunia penyiaran saat ini terus mengalami perkembangan sangat pesat tanpa mengenal batas dan wilayah berkat adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi tersebut arus informasi dapat berjalan sangat cepat, sehingga mampu meniadakan jarak ruang dan waktu. Sampai saat ini radio menjadi salah satu jenis media massa di masyarakat yang digunakan sebagai media informasi, edukasi, dan hiburan di dalam masyarakat (Oramahi, 2012:122).

Untuk bisa menjadi hiburan di masyarakat salah satu usaha yang dapat dilakukan oleh stasiun radio ialah memanjakan pendengarnya dengan memberikan variasi program. Variasi program tersebut dapat berupa *talkshow*, berita terkini,

maupun berita musik yang sedang ramai di perbincangkan. Variasi dalam program tersebut memberikan pilihan kepada pendengar. Program radio secara tidak langsung meningkatkan persaingan antara satu radio dengan radio lain dikarenakan semakin banyaknya program yang ada di setiap stasiun radio memiliki keunikan dan ciri khas masing-masing yang merupakan faktor pendukung dalam peningkatan persaingan industri radio.

Persaingan di industri radio terus terjadi peningkatan semenjak adanya UU No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran. Pada saat itu terjadinya peningkatan secara signifikan munculnya radio siaran komersial yang diikuti dengan munculnya radioradio komunitas. Radio tersebut didirikan oleh orang perorangan secara lokal dengan jangkauan siarnya yang masih dekat. Merujuk pada data dari kementrian Komunikasi dan Informatika menjelaskan, pada saat tahun 1988, terdapat kurang lebih 1000 stasiun radio yang ada, namun pada tahun 2019 jumlah nya sekitar 3000 lembaga penyiaran radio di Indonesia. Salah satu faktor yang membuat terjadinya peningkatan tersebut karena mudahnya memperoleh izin siar (Sumber: Kementrian Komunikasi dan Informatika, 2016).

Kemudahan memperoleh izin siar dibuktikan dengan banyaknya radio yang bermunculan, khusus di Kota Palembang terdapat 23 stasiun radio yang terdaftar secara resmi (World Radio Map Palembang, 2022). Berikut daftar tersebut:

Tabel 1.1 Daftar Stasiun Radio Palembang

Frekuensi Radio	kuensi Radio Nama Stasiun Alamat Pemanca	
87.60	MNC Trijaya Palembang	Jl. Talang Kerangga 33
88.40	RRI Pro 4 Palembang	KM 4 Jl. Radio 2
88.70	Radio Ismoyo FM	Jl. Demang Lebar Daun
89.20	OZ Radio	Jl. Angkatan 45
90.00	Orban FM	Jl. Segaran 75
90.80	Utama FM	Jl. Veteran 757-D
91.60	RRI Pro 2 Palembang KM 4, Jl. Radio 2	

92.40	RRI Pro 1 Palembang	KM 4, Jl. Radio 2	
93.20	R Radio	Jl. Demang Lebar Daun 2233-C	
93.70	RRI Pro 3 Palembang	KM4, Jl. Radio 2	
94.30	Sriwijaya Radio	Jl. Kasnariansyah 66	
95.10	Trax Fm Palembang	Jl. Letda Abdul Rozak A9	
95.90	Radio El John FM	Jl. Jenderal Sudirman 75	
96.70	Radio Elshinta Palembang	Jl. Jend. Urip Sumoharjo	
97.50	Play FM	Jl. Bay Salim 1	
98.30	Radio Elita FM	Jl. Veteran 757-D	
99.10	SPI FM	SPI FM Jl. Veteram 757-D	
101.00	Global Radio	Jl. Jendral Sudirman 629	
101.80	Radio Smart FM Palembang	Jl. Angkatan 45	
102.60	Radio Sonora	Jl. Angkatan 45	
103.40	LCBS FM	Jl. Jend. Sudirman 1025- F	
105.00	La Nugraha FM	Jl. Mayor Salim Batubara 2683-C	
106.70	Hary Radio	Palembang	

(Sumber Worldradiomap.com, Diakses pada tanggal 4 Januari 2022)

Berdasarkan data tersebut terdapat sebanyak 23 stasiun radio yang ada di Kota Palembang. Tentunya dengan banyaknya jumlah radio yang ada membuat perkembangan dan persaingan radio di Sumatera Selatan khususnya di Kota Palembang sangat ketat, sehingga membuat para pelaku industri radio dituntut untuk memiliki keahlian demi mempertahankan pendengar lama dan menarik pendengar baru. Salah satu cara yaitu dengan mengadakannya digitalisasi informasi. Inilah yang menjadi tantangan bagi radio konvensional di Palembang untuk bisa mempertahankan pendengarnya, mengingat digitalisasi merambat pada sendi-sendi kehidupan masyarakat. Kemudahan mengakses informasi melalui jaringan internet membawa kebiasaan baru bagi masyarakat untuk gemar mengakses media *on-line*.

Sebuah survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018 menunjukkan masyarakat pada usia 10 tahun keatas mendengarkan radio hanya berkisar 13.31% pada tahun 2018. Angka ini merosot jauh dari 50,29% pada tahun 2003. Penurunan jumlah pendengar menjadi fenomena yang mengindikasikan bahwa eksistensi radio konvensional semakin tergerus. Di tengah kemudahan masyarakat dalam menjelajah informasi tanpa batas, radio konvensional malah justru semakin tertinggal. Peran serta radio konvensional dalam aspek-aspek kehidupan masyarakat semakin berkurang seiring dengan kebiasaan-kebiasaan baru masyarakat yang tercipta sebagai imbas dari digitalisasi.

Fenomena penelitian yang diangkat oleh peneliti pada *era media online* ini radio khususnya Radio Global FM mengalami penurunan jumlah pendengar, dikarenakan Radio mulai tidak memegang peran penting lagi sebagai alat komunikasi untuk penyebaran informasi. Masyarakat digital terkhusus nya mulai dari usia remaja higga dewasa lebih memilih menggunakan teknologi *portable* yang menurut mereka lebih mudah dan praktis, seperti *gadget* yang bisa mereka bawa ke mana-mana dan *gadget* bisa tersambung dengan internet serta masyarakat dengan mudahnya mencari informasi yang mereka butuhkan dengan cepat.

Adapun aktifitas ini dibuktikan dengan data dari Menteri Komunikasi dan Informatika yang mengungkapkan jika Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna internet terbanyak ke-4 di dunia yang didukung dengan hasil dari

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Internet (APJII) mengumumkan hasil survey data statistik pengguna internet yang ada di Indonesia tahun 2021 ialah sebesar 73.3 persen yang sudah terhubung ke internet dari total populasi sebayanyak 272.23 juta jiwa penduduk dan ada sebanyak 202,7 juta jiwa yang terhubung. Sedangkan menurut data survey Nielsen pengguna radio masih terbilang cukup baik yaitu pada tahun 2019 menunjukkan 36,3 persen penggunaan radio.

New media tidak lepas dari kemunculan internet di dunia ini. Media baru adalah istilah yang dirancang untuk menutupi kemunculan teknologi komputer atau jaringan dan komunikasi di era digital abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru di era digital memiliki karakteristik mampu memanipulasi, bersifat jaringan, kompak, mampu, interaktif dan menarik. Keberadaan media baru hanya dipahami sebagai hasil dari teknologi komunikasi yang membatasi platform media sebelumnya.

Metamorfosis *new media* begitu cepat sehingga membuat para pengguna harus sangat berhati-hati terutama untuk media konvensional seperti penyiaran. Meski penyiaran memiliki banyak keunggulan seperti jangkauan yang luas dan penetrasi ruang dan waktu, penyiaran juga memiliki kelemahan yang harus diselesaikanmelalui inovasi. Sifat penyiaran adalah pendengaran. Isi pesan siaran dengan mudah hilang dari ingatan pendengar dan tidak dapat diulang (Rihartono, 2015: 4).

Artinya pesan siaran radio hanya sekilas, bukannya menjadi lebih detail. Penyiaran radio tidak lepas dari gangguan teknis (faktor gangguan saluran/mekanis). Karena intensitas penyiaran radio adalah suara, elemen ini juga akan menjadi longgar akibat gangguan sinyal, dan suara yang didengar akan hilang atau menjadi berisik.

Semakin canggih media informasi saat ini sementara radio sudah mulai ditinggalkan *audience*, maka saat ini usaha siaran radio sudah tidak lagi menggiurkan. Kompetitor siaran radio bukan lagi televisi tapi juga banyaknya situs *online* yang kecepatannya bisa mengalahkan karakter siaran radio. Bahkan, jejaring sosial juga menjadi pilihan masyarakat untuk berbagi informasi. Di tengah ramainya transformasi media saat ini, bisnis radio berada dalam masa sulit. Kehadiran internet juga terus menggerus belanja iklan radio. Karena itu, menghadapi era media baru yang serba digital maka radio pun bertransformasi dengan berkonvergensi dengan *new media*.

Dengan adanya new media ini radio bisa memanfaatkan nya seperti dengan adanya layanan streaming yang bisa diakses melalui internet, atau bahkan bisa memnfaankan media sosial untuk mempromosikan radio nya tersebut agar masyarakat tetap bisa mendengarkan atau bahkan memperoleh informasi memalui jaringan media social. Sama seperti global FM saat ini yang sudah memnafaatkan media baru dengan adanya layanan streaming, serta media sosial seperti *Instagram, Twitter, facebook, dan Youtube*.

Mengolah bisnis media penyiaran merupakan salah satu bisnis sulit dan menantang dibandingkan dengan jenis industri lainnya. Mengolah media penyiaran pada hakikatnya ialah mengelola manusia. Media penyiaran akan berhasil jika ditopang oleh kreatifitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang merupakan fungsi vital yang dimiliki oleh setiap media penyiaran yaitu Teknik, program dan pemasaran (Morrisan, 2008:133). Dari penjelasan tersebut adapun alasan peneliti dalam penulisan penelitian ini ialah sebagai berikut:

1.1.1 Defisit pendapatan Iklan di Global FM Dari Tahun Ke Tahun

Tabel 1.2 Pendapatan Pengiklanan Global FM

No	Tahun	Pendapatan
1.	2017	Rp 91.463.500
2.	2018	Rp 87.763.983
3.	2019	Rp 79.531543

(Sumber: Laporan Keuangan Global FM)

Pada industri radio, iklan merupakan salah satu dari sumber pendapatan demi kelangsungan hidup. Semakin banyak pengiklan maka semakin banyak pula pendapatan dan begitu pula sebaliknya. Berdasarkan tabel 1.2 menunjukkan penurunan pendapatan iklan Global FM dalam 3 tahun terakhir, yang menujukkan pada tahun 2017 global fm mendapatkan pendapatan iklan sebesar Rp 91.463.500, sedangkan di tahun 2018 mengalami penurunan pendapatan yaitu hanya sebesar Rp. 87.763.983 dan pada tahun 2019 mendapatkan sebanyak Rp. 79.531.543. Pada data yang di dapatkan menunjukkan adanya penurunan pendapatan yang dialami

oleh Global FM, Akan tetapi dalam hal ini meskipun Global FM mengalami penurunan pendapatan di setiap tahunnya ia masih bisa bertahan sampai saat ini. Keadaan ini membuat peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana hal tersebut bisa terjadi.

1.1.2 Global Radio Merupakan Radio Dengan Karakteristik Menarik dibandingkan Radio dengan Segmentasi Sejenis di Kota Palembang

Tabel 1.3 Karakteristik Radio Palembang

Indikator	Radio			
indikator	GlobaL FM	Trax FM	Momea FM	Orban FM
Tahun Berdiri	2014	2016	2020	2020
Segmentasi	15 - 25	15 - 25 Tahun	15 - 25 Tahun	15 - 30 Tahun
Umur	Tahun	13 - 23 Tanun	13 - 23 Tanun	13 - 30 Tanun
Total Waktu	18 jam	18 jam	18 jam	18 jam
Siaran	(06:00 – 00:00)	(06:00 – 00:00)	(06:00 – 00:00)	(06:00 – 22:00)
Jumlah Penyiar	20	16	13	8
	Streaming,	Streaming,	Instagram,	Streaming,
	Instagam,	Instagram,	Facebook,	Instagram,
Konvergensi Media	Twitter,	Twitter,	Twitter,	Twitter,
	Youtube,	Whatsapp	Whatsapp,	Tiktok,
	Spotify,		Tiktok	Youtube
	Tiktok,			
	Whatsapp			

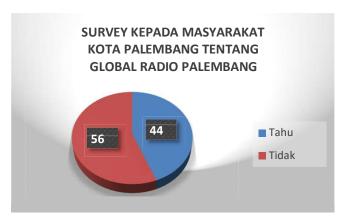
(Sumber : Olahan Data Peneliti Tahun 2022)

Dalam dunia penyiaran seperti yang ada di radio memiliki karakteristik yang menarik adalah hal yang harus dilakukan agar menarik pendengar. Jika dilihat dari tabel 1.3 Global FM merupakan radio yang menarik untuk diteliti diantara radio

dengan segmentasi sejenis di kota Palembang, karena berdasarkan data yang ada pada tabel tersebut dari ke empat radio, Global menjadi radio tertua dan sekaligus memiliki segmentasi usia yang sama dengan radio lainnya.

Di lain sisi, Orban FM memiliki waktu siaran yang lebih pendek dari radio lain dan Trax Fm ditemukan memiliki penyiar yang lebih sedikit dibandingkan dengan radio lain hal tersebut berbanding terbalik dengan Global FM yang memiliki penyiar paling banyak yaitu 20 orang. Serta Global Fm merupakan radio yang bisa memanfaatkan konvergensi media diantara radio lainnya. Penulis menilai jika Global FM merupakan radio yang lebih berpengalaman dalam tata kelola industri radio.

1.1.3 Kurangnya Stategi Pengenalan Global FM ke Masyarakat Luas



Gambar 1.1 Survey Global FM

(Sumber : Hasil survey yang dilakukan oleh Global FM pada tahun 2019 dengan menyebar kuisioner)

Pada industri radio proses pengenalan ke masyarakat luas merupakan hal yang harus dilakukan akan bisa dikenal oleh masyarakat dan menarik pendengar. Akan tetapi, Berdasarkan data di atas, terdapat 56% Masyarakat di kota Palembang yang tidak mengetahui tentang Global FM dan hanya 46% masyarakat yang tahu akan keberadaan Global FM. Hal tersebut menandakan jika kurangnya strategi pengenalan tentang Global FM ke masyarakat di Kota Palembang.

Dalam *survey* yang dilakukan pada tahun 2019 membuktikan banyak masyarakat di kota Palembang yang belum mengenl Global FM. Hal tersebut membuktikan jika pihak manajemen dari Global FM kurang memperhatikan strategi pengenalan kepada masyarakat tentang Global FM, sehingga masih banyak masyarakat yang tidak tahu atas keberadaannya. Padahal Global Fm sendiri termasuk di dalam salah satu radio tertua di kota Palembang yaitu sudah berdiri selama 17 tahun sejak tahun 2004, dengan segmen mereka "Anak Muda" seharusnya bisa mejadikan Global FM menjadi radio yang terkenal.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Global FM Dalam Menghadapi Persaingan di Era New Media".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas maka permasalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah: "Bagaimana strategi manajemen penyiaran Radio Swasta Global FM dalam meghadapi persaingan di era *new media*?"

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi manajemen penyiaran radio swasta global FM dalam menghadapi persaingan di era *new media*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian "Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Global FM dalam Menghadapi Persaingan di Era *New Media*" ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis yang diharapkan melalui penelitian ini berupa hasil kesimpulan yang dapat memberikan pengembangan baru terhadap teori- teori penyiaran dan media massa radio, terlebih lagi teori yang berkaitan dengan strategi manajemen penyiaran radio dalam menghadapi persaingan di era new media sehingga bisa bersaing dengan media lainnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi PT Radio Swara Global Mandiri (Global FM) terhadap strategi manajemen penyiaran radio swasta global fm dalam menghadapi persaingan di era new media sehingga bisa bersaing dengan media lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Andi Prastowo. 2010. *Menguasai Teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif.*Jogjakarta: DIVA Press

Ardianto, Elvinaro. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbosa Rekatama Media

Arifin. 2004. Membaca Saham. Yogyakarta: Andi.

Azwar, Saifuddin. 2010. Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bungin, Burhan. (2017). Metode Penelitian Kualitatif.

Djamal, Hidajanto & Fachruddin, Andi. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Dimensi-DimensiKomunikasi*. Bandung: RosdaKarya.

Fayol, Henry. 1949. *General and Industrial Management*. New York: Pitman Publishing.

Flew, T. 2008. New Media: an introduction. New York: Oxford University Pers.

Kriyantono, Rakhmat. 2010. Teknik Riset Komunikasi. Kencana: Jakarta.

Lyon, David. Surveillance Society: Monitoring in Everyday Life. Philadelphia: Open University Press.

McQuail. 2011. Teori komunikasi Massa Buku 1 Edisi 6

Moleong, Lexy. J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Masduki. 2001. *Jurnalistik Radio; Menata Profesionalisme Repoprter dan Penyiar*. Yogyakarta: LKIS.
- Monahan, Torin; Murakami Wood, David. 2018. *Surveillance Studies: A Reader*. New York: Oxford University Press.
- Morissan, MA. 2008. *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Kencana Prenda Media Group.
- Oramahi, Hasan Asy'ari. 2012. *Jurnalistik Radio : Kiat Menulis berita Radio*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Patton, M.Q. 1987. *Qualitative Research Evaluation Methods. Thousand Oaks*, CA: Sage Publishers.
- Peter Pringle, Peter K. Pringle, Michael F. Starr, William E. McCavitt. 1991. *Electronic Media Management (Second Edition)*. Focal Press, Boston-London.
- Polancik. (2009). Emperical Research Method Poster.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung :PT. Remaja. Rosdakarya
- Rangkuti, Freddy. 2010. Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated. Marketing Communication. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Scriven, Michael. 1967. The methodology of evaluation. Dalam Stake, R.E. (ed.).

 Curriculum evaluation. Chicago: Rand McNally. American Educational Research Association.
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- Soekanto, Soerjono. 1999. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.

- Siswanto. 2007. Pengantar Manajemen. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Terry, George R. 2009. *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Wahyudi, J. B. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: Gramedia. Undang-Undang Republik Indonsia Nomor 32 tahun 2002 tentang Penyiaran.

Jurnal:

- Agung, Retno Pratama, Pembentukan Karakter Announcer (Studi Fenomenologi Pembentukan Karakter Announcer Ardan Radio Bandung)
- Budiman, Ahmad. 2015. Model Pengelolaan Digitalisasi Penyiaran di Indonesia.

 Pusat Pengkajian, Pengolahan Data dan Informasi (P3DI) Sekretariat

 Jenderal DPR RI. Depok: PT Raja Grafindo.
- Karauan, Ternovela A., Boham, Antonius., & Onsu, Reiner R. 2018. *Strategi Penyiaran Radio Motion FM Manado dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendengar*. Jurnal Acta Diurna Komunikasi, Vol 7, No 4.
- Nasution, Nurhasanah. 2018. Strategi Manajemen Penyiaran Radio Swasta Kiss FM Dalam Menghadapi Persaingan Informasi Digital. Jurnal Interaksi, Vol 2 No. 2, 145-156.
- Rihartono, Siantari. Strategi Pengelolahan Radio Siaran di Tengah Tengah Perkembangan Teknologi Internet. Jurnal Komunikasi PROFETIK, Vol. 08, No.02.
- Scriven, Michael. 1967. The methodology of evaluation. Dalam Stake, R.E. (ed.).

 Curriculum evaluation. Chicago: Rand McNally. American Educational Research Association.
- Susanto, A.B. dan Wijanarko, H. 2005. Power Branding: Pembangunan Merek

Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Jakarta: PT Nizan Publika

Trinoviana, Anindita. 2017. Strategi Konvergensi Radio Sebagai Upaya Perluasan Pasar Audience dan Iklan (Studi Kasus Pada Swaragama Fm (101.7 Fm), Geronimo Fm (106.1 Fm), Dan Prambors Radio (102.2 FM/95.8 FM)). Jurnal komunikasi, Volume 12, Nomor 1, 35-50.

Internet:

APJII. 2021. *Laporan Survei Internet APJII 2020-2021*. https://apjii.or.id/survei, diakses pada 4 Januari 2022.

Pandey, Vikash. 2020. NCERT Book Class 12 Business Studies Chapter 7

Directing. https://schools.aglasem.com/ncert/ncert-books-class-12-business-studies-chapter-7/. diakses pada 8 Agustus 2021.

World Radio Map. 2020. Stasiun radio di Palembang.