

DAFTAR ISI

MODEL BISNIS RADIO SWASTA DI TENGAH ERA DISRUPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR BAGAN, GAMBAR, DAN TABEL	x
A. Daftar Bagan	x
B. Daftar Gambar.....	x
C. Daftar Tabel	x
BAB-I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran	6
1.5.1. Industri Radio di Era Media Baru	6
1.5.2. Inovasi Disruptif dalam Ekosistem Industri Media	10
1.6. Kerangka Konsep	15
1.7. Metodologi Penelitian.....	16
1.7.1. Objek Penelitian	16
1.7.2. Jenis Penelitian.....	17
1.7.3. Metode Penelitian.....	17
1.7.4. Teknik Pengumpulan Data	20
1.7.5. Teknik Analisis Data.....	24
BAB-II TINJAUAN PUSTAKA.....	25
2.1. Radio sebagai Komunikasi Massa	25

2.1.1.	Sejarah Perkembangan Radio	25
2.1.2.	Industri Radio di Era Media ‘Baru’ dan Konvergensi Media.....	27
2.1.3.	Dampak Pandemi terhadap Industri Radio	32
2.1.4.	Dinamika dan Kompetisi Radio di Daerah Istimewa Yogyakarta	35
2.2.	Model Bisnis Inovasi Disruptif dalam Media.....	39
BAB-III PROFIL PERUSAHAAN		44
3.1.	Sejarah Singkat RadioQ.....	44
3.2.	Profil Perusahaan RadioQ.....	44
3.3.	Operasional RadioQ.....	47
3.3.1.	RadioQ.....	51
3.3.2.	Queen Production	58
BAB-IV MENEMUKAN MODEL BISNIS RADIO DALAM DISRUPSI DIGITAL		64
4.1.	Kondisi dan Situasi RadioQ	64
4.1.1.	Perkembangan Bisnis RadioQ.....	64
4.1.2.	Pilihan RadioQ dan Lingkungan Radio di Yogyakarta.....	70
4.2.	Pencarian Model Baru.....	72
4.2.1.	Model Bisnis yang Dikembangkan	72
4.3.	Mengantisipasi Kebutuhan Klien.....	89
4.4.	Analisis Tantangan dalam Membangun Model Baru Bisnis Media Radio	102
4.4.1.	Nilai utama dari Radio sebagai Medium dan Institusi.....	103
4.4.2.	Konsep Melengkapi (<i>Complementarity</i>) dan Menggantikan (<i>Substitutability</i>) dari Radio dengan Media baru	108
4.4.3.	Penerapan Model Inovasi Disruptif oleh RadioQ.....	109
BAB-V PENUTUP.....		113
5.1.	Kesimpulan	113
5.2.	Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....		120
Lampiran.....		130

DAFTAR BAGAN, GAMBAR, DAN TABEL

A. Daftar Bagan

Bagan I.1: Konseptualisasi Model Inovasi Disrupsi	11
Bagan I.2 Kerangka Konsep Penelitian.....	16
Bagan III.1 Struktur Organisasi RadioQ.....	51

B. Daftar Gambar

Gambar III.1 Logo RadioQ (<i>Sumber: Tentang (n.d.)</i>).....	45
Gambar III.2 Data Pendengar RadioQ (sumber: Company Profile RadioQ 2021)....	46
Gambar III.3 Contoh Iklan RadioQ di Instagram @RadioQjogja883	49
Gambar III.4 Kegiatan RadioQ & Queen Production bersama GoJek.....	63
Gambar III.5 Kegiatan RadioQ & Queen Production bersama Fair & Lovely.....	63
Gambar III.6 Contoh lain acara Queen Production (<i>sumber: Instagram @queenproductionyogya</i>).....	63
Gambar IV.1 IG RadioQ.....	82
Gambar IV.2 Konten IG RadioQ dengan Kementerian Kesehatan	83
Gambar IV.3 Konten IG RadioQ bersama Jogja Bay.....	84
Gambar IV.4 Konten Twitter RadioQ.....	86
Gambar IV.5 Konten YouTube RadioQ Jogja.....	87
Gambar IV.6 Konten IG @queenproductionyogya.....	88

C. Daftar Tabel

Tabel I.1 Kelebihan Radio menurut McQuail (2010).....	7
Tabel I.2 Tiga Skenario Media Baru dan Media Lama menurut Chan-Olmsted dkk (2019).....	8
Tabel I.3 Pemaparan Logika Dominan Inovasi Disrupsi Media	14
Tabel I.4 Teknik pengumpulan data dan ragam sumber data.....	21
Tabel III.1 Harga Pemasangan Iklan RadioQ	47
Tabel III.2 Harga Pemasangan Iklan RadioQ 2	48
Tabel III.3 Jadwal <i>On-air</i> RadioQ.....	55
Tabel III.4 Klien RadioQ.....	57
Tabel IV.1 Jumlah Pengikut RadioQ di Media Sosial (<i>akurat per 3 Februari 2022</i>)	80