

STUDI SURVIVABILITAS RADIO K.LITE MELALUI PERBANDINGAN DENGAN PELAKU BISNIS YANG MENGGUNAKAN MODEL BISNIS SEJENIS (RADIO-STREAMING)

Destri Nidia Rahmi¹, Dr. Gadang Ramantoko²

¹Manajemen (Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika), Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom

¹destrinidi@gmail.com

Abstrak

Teknologi informasi yang semakin canggih pada saat ini membuat orang lebih dapat mengembangkan kreatifitasnya dalam bidang apapun. Dunia penyiaran radio yang pada awalnya terbelenggu oleh keterbatasan kapasitas ruang lingkup penyiaran yang hanya terbatas pada daerah lokal saja, kini dapat keluar dari belenggu tersebut dan dapat melakukan kegiatan penyiarannya dengan kapasitas yang jauh lebih besar yang meliputi seluruh dunia dengan menggunakan Radio-Streaming. Radio-Streaming atau yang biasa disebut Radio Online/Radio internet merupakan konvergensi antara dua media yaitu media radio dan media internet. Perbedaannya terletak pada radio yang tadinya membutuhkan pemancar untuk melakukan kegiatan penyiarannya, sekarang tidak lagi membutuhkan alat pemancar tersebut. Cukup dengan menggunakan saluran kabel internet, yang metode pengiriman suaranya disampaikan melalui sinyal audio, yang langsung dapat ditangkap komputer untuk mendengarkan siaran radio dimanapun. Saat ini hampir seluruh stasiun radio FM yang ada di Bandung telah menggunakan radio-streaming. Namun tidak semuanya berhasil dan bahkan ada yang gagal. Radio K.lite merupakan salah satu stasiun radio FM di Bandung yang juga ikut menggunakan radio-streaming untuk meningkatkan eksistensinya di dunia penyiaran agar tidak tertinggal dengan media lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui survivabilitas radio-streaming K.lite dengan melakukan perbandingan dengan radio-streaming lainnya di Bandung. Perbandingan ini juga dilakukan dengan salah satu radio-streaming sukses di luar negeri yaitu Pandora. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis terhadap hasil observasi dan wawancara terhadap stasiun radio FM di Bandung yang juga menggunakan radio-streaming, dengan menggunakan analisis faktor untuk menentukan faktor sukses dan gagal dari radio-streaming, kemudian dilakukan analisis pattern untuk mencari pattern sukses dan gagal radio-streaming dari hasil analisis faktor tadi, yang dapat dijadikan landasan bagi radio K.lite untuk survive. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan ternyata Radio-streaming K.lite jauh lebih inovatif dibandingkan radio-streaming lainnya di Bandung sehingga K.lite akhirnya di benchmark ke salah satu Radio-streaming sukses di luar negeri yaitu Pandora. Berdasarkan hasil dari benchmark inilah dapat diambil kesimpulan bahwa Radio-streaming yang dijalankan oleh K.lite dapat survive (bertahan) dalam bisnis tersebut. Kata Kunci: Konvergensi, Radio-streaming.

Telkom
University

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah Pendirian Radio K.Lite

Perseroan Terbatas Lintas Kontinental didirikan dengan Akta Notaris Lien Tanudirdja SH, pada tanggal 16 Juli 1970 nomor 9. Saat itu nama radio adalah Radio Kontinental dengan pemancar *Amplitudo Modulation* (AM) berlokasi di Jalan Cikapayang Bandung. Pada Tahun 1980 Radio Kontinental ini berpindah lokasi ke Jalan Surapati Bandung. Pada Tahun 1986 dengan adanya perkembangan teknologi, pemancar Radio Kontinental berganti dari AM ke FM (*Frekuensi Modulation*) dengan frekuensi 107,1 Mhz sehingga dikenal dengan radio siaran Kontinental 107,1 FM yang bersamaan dengan pindah lokasi lagi ke Jalan Salam Bandung. Pada tahun 1992 anggaran dasar Radio Kontinental berubah berdasarkan akta Notaris Lien Tanudirdja No. 6 tanggal 11 April 1992. Pada tahun ini, Radio Kontinental mendapat persetujuan Menteri Kehakiman dengan ijin No.C2-3198 HT.01.04.1992 Tanggal 24 April 1992. Pada tahun 1994 lokasi stasiun pemancar pindah ke Gedung BRI Jalan Asia Afrika dan hanya melakukan siaran pada hari kerja saja dari pukul 06.00- 24.00.

Pada tahun 1996 kepemilikan Radio Kontinental 107,1 FM beralih dari perusahaan yang dikelola oleh keluarga kepada Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) berdasarkan akta Notaris Lien Tanudirdja No. 71 tanggal 31 Oktober 1996. Setelah beralihnya kepemilikan, nama radio menjadi K.Lite 107,1 FM dan lokasi pemancar dipindahkan pula ke lokasi baru yaitu Jalan Sumur Bandung No. 12 pada bulan November 1997 dengan tower pemancar milik sendiri setinggi ± 90 Meter. Sejak perubahan kepemilikan, Radio K.Lite telah

mengalami beberapa kali perubahan kepengurusan. Dan kepengurusan saat ini berdasarkan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa tanggal 11 Juni 2012 adalah sebagai berikut:

Komisaris Utama : T.Zilmahram
Anggota Komisaris : Hendratno
Anggota Komisaris : Budi Sulistiyo
Direktur : Lilik Leksono

1.1.2 Profile Perusahaan

Nama Perusahaan : PT Lintas Kontinental
Nama Stasiun : Radio K.Lite 107.1 FM
Call Sign : PM3 FHC
Frekuensi : 107.1 FM
Tag Line : *Bandung's Inspiring Sound*
Target Pendengar : Profesional
Usia : 25-45 Tahun
Format Stasiun : Dewasa (Radio Bisnis, Ekonomi dan Telekomunikasi)
Alamat : Jl. Sumur Bandung No.12 Bandung
Telepon : 022-2531972-2532072
Fax : 022-2531972
Waktu siaran : 05.00-24.00 WIB
Pemegang saham : 99% Yayasan Pendidikan Telkom.
1% Kosumba (Koperasi sumur Bandung)
Bidang Usaha : Perseroan Terbatas yang Berusaha dalam bidang Radio Penyiaran

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Menjadi perusahaan media masa elektronik yang terbaik dengan orientasi bisnis.

Misi:

Mengembangkan program radio siaran berkualitas tinggi yang diminati para pengusaha dan professional serta memberikan kontribusi yang optimal bagi stakeholder.

1.1.4 Logo Perusahaan

Logo dari Radio K.Lite 107.1 FM Bandung adalah sebagai berikut:

Gambar 1.1



Sumber: <http://www.1071klitefm.com/>

1.1.5 Tujuan Perusahaan

Sesuai Anggaran Dasar PT Lintas Kontinental mempunyai maksud dan tujuan serta kegiatan usaha sebagai berikut:

- 1) Maksud dan tujuan Perseroan adalah berusaha dalam bidang jasa penyiaran radio.
- 2) Untuk mencapai maksud dan tujuan tersebut di atas, Perseroan dapat melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut:
 - a. Menyelenggarakan siaran radio di bidang penerangan, pendidikan dan hiburan.
 - b. Usaha-usaha lain yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.
- 3) Radio siaran tersebut bersifat komersial dan tidak membuka cabang/perwakilan di tempat lain.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Persaingan dalam bisnis media saat ini terasa semakin kompetitif, tak terkecuali bisnis media radio. Sebuah stasiun radio dituntut untuk dapat menciptakan sebuah program yang bagus dan dapat memberikan pelayanan kualitas infrastruktur yang baik serta memadai agar tidak ditinggalkan pendengarnya bahkan dapat menambah pendengar baru. Dominick, dalam Ardiano, Elvinaro & dkk (2007:123) menyatakan bahwa “Radio telah beradaptasi dengan perubahan dunia, dengan mengembangkan hubungan saling menguntungkan dan melengkapi dengan media lainnya”.

Teknologi informasi yang semakin canggih membuat orang dapat lebih mengembangkan kreatifitasnya dalam bidang apapun. Dunia penyiaran radio yang pada awalnya terbelenggu oleh keterbatasan kapasitas ruang lingkup penyiaran yang hanya terpatok pada daerah lokal saja, kini dapat keluar dari

belunggu tersebut dan dapat melakukan kegiatan penyiarnya dengan kapasitas yang jauh lebih besar yang bahkan meliputi seluruh dunia. Mengutip pernyataan dari Harley Prayudha seorang pengamat radio Indonesia dalam *Pikiran-Rakyat.com* menyatakan bahwa “Radio harus bertransformasi bila tak ingin mati, radio harus mulai menggunakan internet sebagai saluran penyampai pesan, dan tidak hanya bergantung pada gelombang radio analog semata, sehingga mampu memenuhi tuntutan pendengar yang memiliki kebiasaan baru dalam mengakses informasi yaitu melalui jaringan internet”.

Internet adalah salah satu media baru yang perkembangannya sangat pesat. Semenjak diperkenalkan pertama kalinya kepada publik pada tahun 90-an, internet berhasil menyita perhatian banyak orang (Arif Wibowo, 2008:2). Hal ini dibuktikan dari pertumbuhan jumlah penggunanya yang meningkat secara pesat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang bersumber dari *internetworldstats.com* tanggal 31 Desember 2012, dalam satu dasawarsa terakhir jumlah pengguna internet (*netter*) didunia meningkat drastis. Pada tahun 2000, jumlah pengguna internet diseluruh dunia yaitu sekitar 360,9 juta pengguna, kini naik menjadi 2,4 miliar pengguna. Berdasarkan data dari sumber yang sama, di Indonesia sendiri jumlah pengguna internet juga meningkat tajam. Pada tahun 2000, jumlah pengguna internet sebanyak 2 juta pengguna (*user*), dan sekarang naik menjadi 55 juta pengguna.

Teknologi informasi telah membuka mata dunia akan sebuah dunia baru, interaksi baru, *market place* baru, dan sebuah jaringan bisnis dunia yang tanpa batas. Perkembangan internet telah mengubah pola interaksi masyarakat, yaitu interaksi bisnis, ekonomi, sosial, dan budaya. Internet telah memberikan kontribusi yang demikian besar bagi masyarakat, perusahaan/industri maupun pemerintah. Hadirnya internet telah menunjang efektifitas dan efisiensi operasional perusahaan, terutama peranannya sebagai sarana komunikasi, publikasi serta sarana untuk mendapatkan berbagai

informasi yang dibutuhkan oleh sebuah badan usaha dan bentuk badan usaha atau lembaga lainnya (Ardial, 2008:360).

Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi selama dekade terakhir membawa tren baru di dunia industri komunikasi yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional. Meluasnya pemakaian teknologi digital sebagai penghantar informasi telah membuka jalan bagi Indonesia memasuki era *new media* (Haryati, 2009: 49)

Pada umumnya, fenomena ini disebut sebagai konvergensi media. konvergensi media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan, melainkan juga memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka. Konvergensi media yang identik dengan digitalisasi ini dapat membuat kompetisi dalam bidang media menjadi lebih ketat dan terbuka (Ulil hakam, 2011:76). “Konvergensi media memberikan kesempatan baru yang radikal dalam penanganan, penyediaan, distribusi dan pemrosesan seluruh bentuk informasi baik yang bersifat visual, audio, data dan sebagainya” (Preston dalam Rhamdani, 2008: 18).

Internet dan radio berkonvergensi membentuk suatu fenomena baru yang menjadi sebuah bidang usaha baru dalam dunia penyiaran. Fenomena baru tersebut dikenal sebagai *Radio-streaming*, yang merupakan cara baru mendengarkan radio via internet tanpa memerlukan antena radio yang lebih dikenal masyarakat sebelumnya. Teknologi *streaming* digunakan untuk mendengarkan siaran secara *live* melalui internet langsung tanpa perlu mendownload *file*-nya sekaligus. *Radio-streaming* yang pada praktiknya teknologi ini memungkinkan kita untuk dapat mendengarkan siaran radio dari kota manapun dan belahan negara manapun melalui internet tanpa memerlukan gelombang pemancar radio (Arif Wibowo,2008:3).

Di Indonesia bisnis *radio-streaming* berkembang cukup pesat terutama dikota Bandung. Jumlah stasiun radio di Indonesia yang menggunakan *radio-streaming* terus meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2010 *radio-streaming* di Indonesia berjumlah sekitar lebih dari 100 stasiun, dan pada tahun 2012 meningkat menjadi lebih dari 200 *radio-streaming* (*indonesiaindonesia.com*). Peneliti juga telah melakukan observasi awal terhadap situs-situs *radio-streaming* di Bandung, dan hasilnya dari stasiun-stasiun radio FM yang ada di Bandung, sebagian besar telah menggunakan *radio-streaming*, yaitu dari 60 stasiun radio FM resmi di Bandung, 50 diantaranya telah menggunakan *radio-streaming*.

Radio K.lite adalah salah satu radio di Bandung yang juga menggunakan *radio-streaming* untuk meningkatkan eksistensi nya di dunia penyiaran. K.Lite merupakan radio yang berorientasi bisnis, dengan target pendengar yang meliputi para pengusaha, pelaku bisnis, dan professional usia 25-45 tahun. K.Lite meyediakan program-program acara yang menjadi inspirasi-inspirasi baru dan menguntungkan bagi para pelaku bisnis, serta berupaya menciptakan iklim bisnis di kota Bandung. Hal ini sesuai dengan motto Radio K.Lite yaitu *Bandung's Inspiring Sound*. Radio Klite sendiri sudah mulai memasuki *radio-streaming* ini sejak tahun 2008, namun baru tahun 2012 ini mulai benar-benar fokus menjalankan *radio-streaming* secara maksimal. Dengan adanya *radio-streaming* ini membuat segmen audiens (pendengar) Radio Klite menjadi lebih luas, yang awalnya karena keterbatasan jangkauan siarannya yang hanya meliputi wilayah Bandung dan sekitarnya, sekarang dapat mencapai skala nasional maupun global (*sumber: Data internal Klite, 20 Februari 2012*).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini karena saat ini *radio-streaming* menjadi perhatian utama radio-radio di Indonesia terutama di Bandung untuk mengembangkan sayap bisnis dan meningkatkan

eksistensinya di dunia penyiaran, dan juga karena penelitian seputar bidang ini terbilang masih sedikit. Fenomena *radio-streaming* sendiri menarik karena merupakan konvergensi dua media yaitu radio yang mengandalkan medium gelombang udara dengan jangkauan terbatas dan media internet yang mengandalkan jaringan global. Namun, ternyata tidak semua *radio-streaming* tersebut dapat bertahan dan bahkan ada yang gagal. Berdasarkan hasil observasi dan asumsi awal yang dilakukan oleh peneliti terhadap situs-situs *Radio-streaming* di Bandung, yaitu dari 50 jumlah stasiun radio FM di Bandung yang menggunakan *radio-streaming*, terdapat 13 stasiun *radio-streaming* yang tergolong gagal dan sudah *nonactive*. Berdasarkan hal inilah, apakah K.lite sebagai salah satu radio yang ada di kota Bandung yang juga ikut serta melangkah ke *radio-streaming* ini dapat *survive* (bertahan) dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor yang banyak dalam cakupan area yang semakin luas. Melalui penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan pengetahuan baru untuk dijadikan bahan pembelajaran mengenai *radio-streaming* di Indonesia.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang menentukan kesuksesan dan kegagalan bisnis *radio-streaming*?
2. Apakah Radio K.Lite memiliki kemampuan untuk dapat *survive* (bertahan) berdasarkan faktor-faktor tersebut?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menentukan kesuksesan dan kegagalan bisnis *radio-streaming*.
2. Untuk mengetahui apakah Radio K.Lite memiliki kemampuan untuk dapat *survive* (bertahan) berdasarkan faktor-faktor penentu kesuksesan dari bisnis *radio-streaming* tersebut.

1.5 Kegunaan Penelitian

1) Kegunaan akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi atas berbagai ilmu sebagai sarana untuk memperluas masukan pengetahuan dan wawasan bagi penulis maupun pembaca mengenai *Radio-Streaming*, dan diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat sebagai acuan untuk penelitian berikutnya yang lebih mendalam.

2) Kegunaan praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan yang bermanfaat bagi pihak manajemen Radio K.Lite guna menentukan langkah yang tepat dalam pengembangan dan kemajuan perusahaan di masa depan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada BAB I berisi mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada BAB II ini berisi tentang Tinjauan Pustaka Penelitian, Kerangka Pemikiran, dan Ruang Lingkup Penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada BAB III ini terdiri dari Jenis Penelitian yang digunakan, Tahapan Penelitian, Populasi penelitian, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan tentang survivabilitas Radio K.Lite melalui perbandingan dengan pelaku bisnis yang menggunakan model bisnis sejenis (*Radio-streaming*), dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor sukses dan gagalnya *radio-streaming* yaitu aksesibilitas, konten, dan *revenue*. Aksesibilitas ini meliputi koneksi internet, *website-radio*, *podcasting*, interaktivitas, dan multi akses. Untuk konten yaitu musik dan *news update*. Kemudian dari faktor *Revenue* yaitu *Advertising* (iklan) dan *Subscription* (berlangganan).
2. Berdasarkan hasil *benchmark Pattern* sukses yang telah dilakukan antara *radio-streaming* k.lite dengan Pandora, maka didapatkan kesimpulan bahwa *radio-streaming* K.Lite hampir mendekati semua *pattern* sukses yang dimiliki Pandora, sehingga *radio-streaming* K.lite dapat dinyatakan *survive* (bertahan) dalam menjalankan bisnis ini.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut:



Telkom
University

5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti mengajukan beberapa saran sebagai masukan untuk kemajuan Radio-K.Lite dimasa depan, yaitu sebagai berikut:

1. Inovasi konten

Inovasi konten sangat dibutuhkan dalam *radio-streaming*, agar para pengguna tidak jenuh, dan untuk menjaga loyalitas pengguna. Salah satu nya dengan menggunakan visualisasi Radio. Siaran Radio tidak hanya sekedar berupa audio saja tetapi juga dapat dinikmati secara visual oleh para pengguna *Radio-streaming*, seperti, pengguna dapat berinteraksi langsung dengan penyiar Radio. Para pengguna dapat melihat gambar video penyiarnya secara *live* (langsung), dan dapat menikmati video dari konten-konten yang diinginkan oleh pengguna. Inovasi lainnya yaitu mengadaptasi dari kesuksesan Pandora, contohnya, pengguna yang telah mendaftar dan memiliki akun sendiri di layanan *Radio-streaming* dapat mengisi dan mengelola akunnya secara bebas sesuai dengan keinginan, seperti, pengguna dapat menyusun konten-konten favorit nya dengan membuat *playlist* musiknya sendiri, dan dapat memutar nya kapanpun. Ini akan sangat menarik minat pengguna.

2. *Revenue*

Banyak sumber *revenue* baru yang dapat dikembangkan dalam bisnis *radio-streaming* ini salah satunya yaitu dengan memanfaatkan layanan *e-commerce*. Pengguna dapat melakukan transaksi langsung melalui layanan tersebut, sehingga dapat meningkatkan *revenue* radio.

Telkom
University

5.2.2 Saran Untuk Studi Lanjutan

Penelitian ini dapat dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya. Saran yang dapat diberikan untuk peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini yaitu:

1. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai survivabilitas *Radio-streaming*, karena kedepannya teknologi akan terus berkembang tiap tahunnya sehingga memunculkan banyak inovasi-inovasi baru yang jauh lebih canggih dibandingkan saat ini.
2. Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian tentang survivabilitas *Radio-streaming* ini dalam ruang lingkup yang lebih luas dan dengan metode penelitian yang berbeda.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdusy Syarif, Afrius Setiawan, Achmad Kodar. (2008). Quality of Service (QoS) Teknologi Streaming untuk aplikasi Surveillance. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI 2008) ISSN: 1907-5022, H1-H8.
- Ardial. (2008). Analisis Teori *Uses and Gratification* terhadap Media Internet pada Dosen PTN dan PTS di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Sosial*, Vol.9 No.3, 360-368.
- Ardianto, Elvinaro & dkk. (2007). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi revisi VI)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arif Wibowo, Febrianto. (2010). *Strategi Komunikasi Pemasaran Layanan Radio Streaming (Studi Kasus: CitraWeb Nusa Infomedia (Citranet) sebagai Perusahaan Penyedia Jasa Live Streaming Stasiun Radio*. Skripsi, FISIP UGM Yogyakarta.
- Ayu Isni Nurwulan, Irving Vitra Papatungan. 2009. *Perancangan Radio Streaming Edukasi (Studi Kasus Balai Pengembangan Media Radio Yogyakarta)*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi, Yogyakarta, A57-A61.
- Carr, Houston H.(2007). *The management of Telecommunication: Bussines solutions to business problems enabled by voice and data communication*. McGraw-Hill.

- Danah M. Boyd & Nicole B. Ellison.(2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. Journal of Computer-MediatedCommunication.(Online).<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>.13(1), article 1 (27 Februari 2012).
- David, Fred R. (2009). Manajemen Strategis. Buku 1 edisi ke-12. Jakarta: Salemba Empat.
- Dody Qori Utama. (2009). *Really Simple Syndication (RSS)*. (Online).http://digilib.itelkom.ac.id/index.php?option=com_content&view=article&id=587:really-simple-syndication-rss-&catid=6:internet&Itemid=14. (12 Maret 2012).
- Dudi Rustandi. (2008). Konvergensi Komunikasi; Shifting Paradigm Komunikasi atau Chaos Komunikasi. Makalah Observasi, Mengejar Tren Konvergensi Media, Vol.7 No.2.
- Engelbert Lawanto, Andrew. (2009). Analisa dan Perancangan Aplikasi Jejaring Sosial Interaktif berbasis Web 2.0. Skripsi Jurusan Teknik Informatika, Binus: Jakarta.
- Faisal Noor, Henry. (2010). Ekonomi Media. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fitria Yuni Puspitasari & Agus Virgono. (2009). *Internet Radio Streaming*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi. Yogyakarta, G83-G86.
- Ganjar Runtiko, Agus.(2008). Konvergensi Media dan Perpindahan Ruang Publik (Reaktulisasi Pemikiran Habermas). Makalah, Observasi Vol. 6, No.2 (Hal.1-16).

- Santoso, Gatot & dkk. (2010). Aplikasi Streaming Multimedia pada M-Doctor dengan Selular WCDMA. Jurnal Teknologi Technoscientia Vol.3 No1, 28-35.
- Prayudha, Harley. (2011). *Radio 2.0: From OnAir to Online*. Pikiran Rakyat (Online). www.pikiran-rakyat.com. (20 Juni 2012).
- Husein, Umar. (2008). Metode Riset Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Haryati. (2009). Era Media Baru, Pemerataan Akses dan Perlindungan Konsumen. Makalah Observasi, Mengejar Tren Konvergensi Media, Vol.7 No.2, 45-54.
- Hardiyanto. (2008). Interaktivitas dan Persepsi Interaktivitas dalam Periklanan melalui Internet. MediaKom, Volume 1 No.1, 1-13.
- Howard F.Lipson & David A. Fisher. (2008). Survivability A New Technical and Business Perspective on Security. Coordination Center Software Engineering Institute.(Online). <http://www.cert.org/research/>. (22 April 2012).
- Internet World State*. (2012). *Internet World State, Usage and Population Statistics*.(Online).http://www.internetworldstats.com/stat_s.htm. (10 Januari 2013).
- Job Service North Dakota. (2007). Business Survivability in North Dakota: An Analysis of Business Births and Deaths Beginning Fiscal Year 2007. (1-28).

Knight, John C & Sullivan Kevin J. (2000). On The Definition of Survivability. Technology report, Department of Computer Science, University of Virginia.

Merill, Stephan Austin. (2008). College Radio Survivability: *Emerging Business models and The Challenges of Technological Convergence*. College of Bowling Green State University. Master Thesis, Bowling Green State University, Ohio United State.

Michael Hall, Wayne & Cintrenbaum, Gary. 2004. *Intelligence Analysis: How to think in complex environments*. Praeger Security International, ABC CLIO, Santa Barbara, California, Denver Colorado dan Oxford England.

Moleong, J Lexy. (2012). Metode Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Morrisan, M.A. (2009). Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio & Televisi (Cetakan ke-2). Jakarta: Kencana.

M.Romli, Asep syamsul. (2010). Broadcast Journalism: Panduan menjadi Penyiar, Reporter, dan Script Writer. Cetakan 1. Bandung: NUANSA.

Mubasysyir Hasanbasri. (2009). Strategi Survival. Chapter Belajar Survival Organisasi. 37-39.

Observasi, Kajian Komunikasi dan Informatika. (2008). Mengejar Tren Konvergensi Media. Bandung: Simbiosis Rekatama Media Bandung.

Telkom
University

- Osterwalder, Alex and Pigneur, Yves. (2010). *Business Model Generation*. USA: Wiley.
- Radio Online, Tv Online, Cctv Online, Streaming Indonesia Terlengkap. (2012). Direktori Radio Online, Tv Online, Cctv Online, Streaming Indonesia Terlengkap. (Online). www.indonesiaindonesia.com. (27 februari 2012)
- Rhamdani, Benny. (2008). Konvergensi Media: Edukasi dan Regulasi. Makalah, Observasi Vol. 6, No.2 (Hal.17-25).
- Riza Azmi. (2008). The Grid: Teknologi Internet di Masa Mendatang. Buletin Pos dan Telekomunikasi, Vol.6 No.2, 95-121.
- Rudy Erwansyah, M & Budi Setiawan, Ong. (2010). Perancangan dan Implementasi Aplikasi Internet Radio Menggunakan Multimedia Database Melalui Penerapan Ontology dan Metadata. Master Thesis, Binus. Jakarta
- Shawe-Taylor, John and Cristianini, Nello.(2004). *Kernel Methods for Pattern Analysis*. New York: Cambridge University Press.
- Sekaran, Uma. (2006). Metodologi penelitian untuk Bisnis (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- Simamora, Bilson. (2005). Analisis Multivariat Pemasaran. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiono. (2007). Metode Penelitian Bisnis (cetakan ke-15). Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukron Abdillah. 2008. *Media Online, Ruang Informasi Komunitas Sunda di Era Cyberspace*. Makalah Observasi, Mengejar Tren Konvergensi Media, Vol.7 No.2.
- Suyanto, M. (2004). *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran (Edisi I)*. Yogyakarta: ANDI
- Tekno Kompas. (2012). *Internet Indonesia Paling Lambat Se-Asia*. (Online). www.kompas.com. (27 februari 2012)
- Tengku Mohammad Chairil A. (2007). *Profit Maximation Theory, Survival-Based theory and Contingency theory: A Review On Several Underlying Research Theories of Corporate Turaround*. *Jurnal Wawasan*, Vol.13, 130-136.
- Ulil, Hakam. (2011). *Konvergensi Media dalam Radio Komunitas (Studi pada Radio Komunitas Angkringan di Timbulharjo, Sewon, Bantul)*. *Jurnal Penelitian IPTEKKOM*, Volume 13, 67-86.
- Utoyo, Indra M. (2005). *Infokom: Meraih peluang di Era "Post-Technology Driven"*. Jakarta: Global Tricitra Moderniti.
- Vita Eureka Erudita. (2008). *Analisis SWOT di Resto Café Roemah Nenek pada Konteks Wisata Kuliner Bandung sebagai Dasar Penyusunan Strategi Bisnis*. Skripsi Institut Manajemen Telkom: Bandung.
- Wibisono, Gunawan.,& Dwi Hantoro, Gunadi. (2008). *Mobile Broadband*. Bandung: Informatika.

William, Brian K. & Sawyer, Stacey C (2007). *Using Information Technology*, New York : McGraw Hill Company.

Winarno, Sugeng. (2010). Jaringan Komputer dengan TCP/IP; Membahas Konsep dan Teknik Implementasi TCP/IP dalam Jaringan Komputer. Bandung: Modula.

Zarella, Dan. (2011). *The Social Media Marketing Book* (Cetakan I). Jakarta: PT Serambi Ilmu Semesta.

