

Pengukuran ekuitas merek stasiun televisi X dengan menggunakan metode ekuitrak sebagai dasar perumusan strategi = Measurement of brand equity in television station X using ekuitrak method as the foundation of strategy development

Nilas Zakiati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20248029&lokasi=lokal>

Abstrak

Saat ini industri pertelevisian sedang berkembang dengan pesat. Hal ini ditandai oleh semakin banyaknya stasiun televisi yang bermunculan baik dengan skala nasional maupun lokal. Ditambah lagi dengan masuknya televisi-televisi asing dengan menggandeng stasiun nasional. Persaingan yang semakin ketat memicu timbulnya tayangan-tayangan imitasi yang meniru program-program yang sukses tayang di stasiun televisi lain. Hal ini menyebabkan program acara yang ditayangkan cenderung sama bahkan tidak dapat dibedakan lagi. Oleh karena itu stasiun televisi perlu mengembangkan intangible asset-nya seperti ekuitas merek. Ekuitas merek dirumuskan sebagai nilai tambah yang diberikan suatu merek terhadap suatu produk (Farquhar, 1989).

Dalam skripsi ini dilakukan penelitian kepada 70 responden untuk mengetahui ekuitas merek stasiun X dengan menggunakan metode Ekuitrak. Metode Ekuitrak telah digunakan oleh Pepsi Co. untuk mengukur ekuitas mereknya di berbagai negara dan dalam waktu yang berkesinambungan. Dari hasil pengukuran ekuitas merek dirumuskanlah strategi untuk meningkatkan ekuitas merek yang pada akhirnya bertujuan untuk meningkatkan perolehan rating pemirsa.

Recently, television industry is developed rapidly. This is known by the increasing of the number of television station with national or local scale. Moreover, the foreigner station also penetrates by conjoint with national station. The increasing of level of competition trigger the emerge of imitation program which imitate successful program that success in other station. This causes similarity between programs which is air in television satiations. Because of that, television station needs to develop its intangible asset such as brand equity. Brand Equity is define as added value that is given by a brand to its product (Farquhar, 1989). In this skrip, research is done to 70 respondent to discover brand equity station X by using Ekuitrak brand equity model. Ekuitrak brand equity model has been used by Pepsi Co in order to measure its brand equity in different country and over time. From the measurement, strategies to increase brand equity are being modified in order to raise viewer share and rating.