

**Analisis strategi differensiasi melalui media baru (studi kasus di ANTV)
= Analysis of differentiation strategy through new media (case studies
at ANTV)**

Agus Rusmawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20432838&lokasi=lokal>

Abstrak

Sebuah studi penelitian kualitatif yang meneliti strategi differensiasi melalui media baru sebuah perusahaan televisi nasional. Analisa dilakukan dengan mengintegrasikan konsep teoritis dari ekonomi media, dimana sebuah perusahaan televisi memiliki konsumen ganda (dual customer) yaitu penonton dan pemasang iklan, konsep strategi differensiasi sebagai sumber pendapatan baru dan konsep media baru dimana terjadi interaktifitas antara penonton dan perusahaan televisi. Perusahaan harus melakukan strategi differensiasi karena semakin ketatnya persaingan antara stasiun televisi di Indonesia, semakin kecilnya alokasi budget iklan untuk media televisi, semakin besarnya alokasi budget iklan untuk media internet serta semakin mutakhirnya teknologi komunikasi telepon selular.

Temuan dari studi ini menunjukkan bahwa strategi differensiasi yang dilakukan oleh perusahaan televisi nasional berhasil menjadi sumber pendapatan baru untuk mempertahankan eksistensi bisnisnya di bidang pertelevisian, sementara strategi dengan menayangkan program di media baru dalam hal ini melalui live streaming dan YouTube belum optimal.