

Strategi Media Televisi Terrestrial SCTV Menghadapi Analog Switch Off dan Persaingan dengan Video on Demand = Strategy of Terrestrial Television Media SCTV in Facing Analog Switch Off and Competition with Video On Demand

Muhammad Sadri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920538625&lokasi=lokal>

Abstrak

Migrasi dari analog ke digital dan persaingan dengan media baru termasuk video on demand (VOD) telah menjadi tantangan tersendiri bagi industri media televisi terrestrial, yang belum banyak dikaji dari perspektif industri media oleh para akademisi. Tesis ini bertujuan untuk memahami strategi yang diambil oleh SCTV sebagai media televisi terrestrial dalam menghadapi Analog Switch Off (ASO) di Indonesia dan menghadapi persaingan dengan VOD.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivistik dengan meminjam teori Mediamorfosis, Konvergensi Media, dan Disruptive Innovation sebagai kerangka dalam menganalisis strategi yang diambil oleh manajemen media SCTV dan holding company-nya, SCM, dalam menghadapi ASO dan persaingan dengan VOD tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui indepth interview, observasi dan studi literatur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen SCTV dan SCM sebagai holding company-nya, telah mengambil sejumlah strategi sesuai dengan ketiga teori yang dipinjam di atas, di dalam menghadapi migrasi televisi terrestrial ke sistem digital atau ASO, dan menyikapi persaingan dengan VOD. Di antara strategi yang diambil yaitu: melakukan positioning dengan flagship sebagai televisi sinetron, menjunjung prinsip “konten adalah raja”, prinsip eksklusivitas, mengadopsi prinsip konvergensi media (multimedia, multichannel, dan multiplatform), membangun Vidio.com sebagai platform VOD dari grup, memberdayakan media sosial yang dimiliki, dan melakukan efisiensi serta rasionalisasi dalam biaya produksi.

.....Migration from analog to digital and competition with new media including video on demand (VOD) has posed unique challenges for the terrestrial television media industry, which has not been extensively studied by academics, from a media industry perspective. This thesis aims to understand the strategy adopted by SCTV, a terrestrial television media, in facing the Analog Switch Off (ASO) in Indonesia and competing with VOD.

This research utilizes post-positivistic paradigm, drawing upon theories of Mediamorphosis, Media Convergence, and Disruptive Innovation as frameworks for analyzing the strategy adopted by SCTV's management and its holding company, SCM, in addressing ASO and competition with VOD. This study employs a descriptive qualitative approach, with data collection conducted through in-depth interviews, observations, and literature studies.

The findings reveal that the management of SCTV, and SCM as its holding company, have implemented

several strategies in line with the three aforementioned theories, in dealing with the terrestrial television migration to the digital system or ASO, and in responding to competition with VOD. Among the strategies adopted are: positioning with a flagship as a soap opera television, adhering to the principle of "content is the king", exclusivity principle, adopting the principle of media convergence (multimedia, multichannel, and multiplatform), developing Vidio.com as the group's VOD platform, leveraging owned social media, and implementing efficiency and rationalization in production costs.