

Analisis Lansekap Bisnis Wireless dan Mobile Advertising di Indonesia, Serta Dampaknya Pada Pembentukan Model Bisnis Baru = Analyze Wireless Business Landscape and Mobile Advertising in Indonesia and How It Re-Shape New Business Model

Didi Setiadi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=128063&lokasi=lokal>

Abstrak

Ketatnya persaingan dalam industri wireless di Indonesia membuat para operator berfikir untuk mencari sumber revenue yang lain bersama dengan VAS. Dalam penelitian tesis didapat banyak potensi bisnis yang didasari oleh kapabilitas bisnis wireless ini sebagai lansekap bisnis jika dilakukan bersama pemain-pemain dari industri lain. Salah satunya, industri periklanan yang kebetulan sedang mengalami fenomena bergesernya perhatian konsumen pada kanal media baru akibat kanal media lama yang sudah jenuh. Transisi pergeseran perhatian konsumen pada media digital menyebabkan advertiser pun mencoba mengalihkan belanja komunikasi pemasarannya pada media digital termasuk media mobile. Pemain lain yang telah diidentifikasi menjadi enabler bagi terbentuknya lansekap bisnis ini berhasil menyelesaikan faktor penghambat berkembangnya berbagai macam potensi bisnis dalam lansekap tersebut karena pemanfaatan inovasi yang menciptakan value proposition yang menguntungkan konsumen. Setelah proses identifikasi para pemain, dilakukan identifikasi hubungan-hubungan antar pemain yang kemudian membentuk dan merespons peta lansekap bisnis yang baru sehingga berdampak pada pembentukan model bisnis yang cocok bagi masing-masing pemain. Mobile advertising sebagai fokus masalah menjadi potensi bisnis baru dalam kancah industri periklanan dan industri telekomunikasi di Indonesia.

.....Due to fierce of competition among wireless players in Indonesia, hence force them to figure out where the other revenue sources can be generated instead of their existing VAS. The research unfold many business opportunities in which underlying on wireless resource capability that form a business landscape altogether with other player from different industries. In other side, advertising industry recently have to extend new channel since there is a transition attention from audience into new media ie. digital media that is caused by clutter effect and fragmentation. This phenomena encourage advertisers and brands to spend their advertising budget into digital media including mobile media. Another player identified that may shape the new business landscape is the enabler or technology platform provider. They actually resolve a barrier by exploiting wireless resources become a value innovation as technology platform that creating value proposition for customers and consumers. After we identified the players and the relations, next come to adapting to new business landscape mapping and then how it forms business models for every players. Therefore, mobile advertising, as a main topic of thesis, become a iuture business opportunity that capitalize all players coming from telecom industry and advertising industry.