

Modifikasi dan Repositioning Sebagai Upaya Memperkuat Posisi Persaingan: Studi Kasus Majalah Vista TV

Santosa Yudhi Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184605&lokasi=lokal>

Abstrak

Pesatnya perkembangan industri pertelevisian Indonesia berpengaruh erat bagi kehidupan media cetak kategori hiburan, termasuk majalah Vista. Salah satu strategi untuk dapat bertahan dan berkembang adalah melakukan Repositioning. Tujuan penulisan ini adalah untuk mengevaluasi upaya modifikasi dan repositioning majalah Vista, dan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan kedua upaya tersebut dalam memperkuat posisi persaingannya. Skripsi ini disusun menggunakan metode studi kasus. Data dan keterangan yang diperlukan diperoleh melalui studi kepustakaan, serta penelitian langsung terhadap majalah Vista. Upaya modifikasi dan repositioning Vista dilakukan dengan berusaha memperjauh jarak persaingan dengan para pesaing dekatnya. Isi majalah difokuskan pada informasi dunia hiburan dengan titik tolak dunia pertelevisian. Namun, akibat dari perkembangan dunia hiburan Indonesia saat ini yang semakin didominasi media televisi, mengakibatkan cetak tabloid sebagai pesaing dekat Vista isinya semakin dipadati televisi. Karena yang berbeda, media juga dengan berita seputar bintang dan acara itu Vista berupaya membidik target market dan memberi manfaat lebih dibandingkan tabloid-tabloid dan majalah lainnya. Untuk merebut tempat dalam benak konsumen/pembacanya, Vista berupaya mengklaim posisi sebagai yang pertama dalam kategorinya. Dalam mengkomunikasikan hal tersebut, banyak memanfaatkan peran advertising serta public relations. Dari segi manajemen perusahaan, masuknya PT. RCTI sebagai pemegang saham dan kerjasama dengan Tempo Group telah memberikan keuntungan strategis bagi Vista dalam mengimplementasikan strategi repositioningnya. Sampai saat diselesaikannya penulisan, upaya modifikasi dan repositioning Vista telah berhasil memperbaiki/memperkuat posisi persaingannya. Namun, belum diketahui secara pasti bagaimana persepsi para pembaca konsumen umumnya terhadap Vista. Untuk menghadapi persaingan di masa datang, termasuk kemungkinan adanya pesaing baru, pemahaman yang lebih baik terhadap konsumen sangat diperlukan. Salah satu cara adalah melalui riset terhadap konsumen secara berkala.