

Analisis strategi paket iklan "Bundling" sebagai strategi bisnis korporasi perusahaan media = Analysis advertising package the company business strategy in the corporate media / Niken Fabiola

Niken Fabiola, aauthor

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20349179&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Tesis ini membahas analisa keberhasilan atau hasil dari strategi pada tingkatan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan korporasi media yang diambil setelah disesuaikan dengan kondisi dimana perusahaan berada pada struktur pasar. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif dan menggunakan teknis analisis naratif. Hasil penelitian strategi paket iklan bundling yang dirasa sebagai turunan strategi konvergensi media, dengan menjual paket iklan lintas media dalam jangka pendek memang menguntungkan namun dalam jangka panjang tidak menguntungkan karena akan merugikan salah satu media. Strategi jangka panjang padahal dibutuhkan untuk bertahan dalam kondisi pasar persaingan sempurna dan agar tetap menjadi "market leader". Sehingga dihasilkan rekomendasi bentuk strategi paket iklan bundling yang lebih sesuai dengan strategi konvergensi.

<hr>

ABSTRACT

This thesis discusses the analysis of the success or outcome of the strategy at the level of business done by the company in the corporate media taken after adjusting to the conditions in which the company is in the market structure. This study uses a qualitative approach with descriptive methods and technical TODD narrative analysis. The results advertising package bundling strategy is perceived as an instance of media convergence strategy, to sell cross-media advertising packages are beneficial in the short term but in the long run is not beneficial because it would harm one of the media. Whereas long-term strategy is needed to survive in conditions of perfect competition and in order to remain a "market leader". So that the resulting recommendation form advertising package bundling strategy is more in line with the strategy of convergence.