

Strategi ekspansi dan integrasi kapital teknologi terhadap kinerja dan struktur pasar pertelevisian nasional: studi kasus PT Global Mediacom Tbk dan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk = Expansion strategy and capital integration on market performance and structure of national television: case study on PT Global Mediacom Tbk and PT Elang Mahkota Teknologi Tbk / Steffi Fatima Indra

Steffi Fatima Indra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20475798&lokasi=lokal>

---

Abstrak

**ABSTRAK**

Sebagaimana yang umum terjadi di negara-negara lainnya, pertumbuhan industri pertelevisian juga diikuti oleh integrasi kepemilikan. Hal tersebut dilakukan oleh para pemimpin pasar untuk mendirikan dan melanggengkan kerajaan bisnis raksasa milik mereka. Merujuk kepada model analisis StrukturPerilaku-Kinerja, penelitian ini akan mengungkapkan meski performa ekonomi grup-grup media saat ini terkena imbas dari perlambatan ekonomi dan perkembangan teknologi secara cepat, dominasi PT Global Mediacom Tbk dan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk dalam industri media saat ini tetap sama selama satu dekade terakhir. Studi kasus kolektif dalam penelitian ini akan mengelaborasi kinerja kedua grup dalam rangka mendapatkan kesimpulan terkait bagaimana kedua perusahaan mengukuhkan dan menguatkan keberadaan mereka di dalam era digitalisasi industri media Indonesia saat ini. Penelitian ini menemukan bahwa (1) struktur pasar pertelevisian selepas 1998 bersifat oligopolistik dan terkonsentrasi tinggi kepada sejumlah kelompok saja, (2) Global Mediacom dan Elang Mahkota Teknologi sebagai pemimpin-pemimpin pasar telah melakukan strategi-strategi integrasi dan digitalisasi produk yang menghasilkan penguasaan yang stabil atas pasar khalayak dan iklan, serta (3) meskipun perusahaan-perusahaan ini telah melakukan sejumlah strategi digital besar, hasilnya tetap belum mampu menghasilkan keuntungan yang signifikan karena tetap saja keduanya bergantung kepada lini-lini usaha konvensional seperti penyiaran dan TV berlangganan.

<hr>

**ABSTRACT**

As what commonly happens to any other nations, Indonesian Television industry growth is also followed by ownership integration. This was done by the market leaders to establish and sustain a massive business empire. Relying on the Structure-Conduct-Performance analysis model, this study reveals that although the economic performance of media holding companies are impacted by both the recent economic slowdown and the technology rapid development, the domination of PT Global Mediacom Tbk and PT Elang Mahkota Teknologi Tbk in this media industry is in fact remain intact throughout decade. The collective case study in this

research will elaborate the performance of the two groups in order to get a conclusion on how these corporations solidify and strengthen their existence in the Indonesian media industry in the current digitization era. This research finds that (1) the television market structure after 1998 is oligopolistic and is highly concentrated onto very few groups, (2) Global Mediacom and Elang Mahkota Teknologi as market leaders, have been trying to apply integration strategies and product digitization resulting in their stable domination in both audience and advertising market and (3) although these two holding companies have had committed several major digital strategies, the results have yet to generate significant profit because these two groups eventually still dependent on its conventional line of business lines like broadcasting and pay TV.