

Analisis rantai nilai pada industri penyiaran televisi di Indonesia (studi kasus: PT Media Nusantara Citra Tbk) = Analysis of value chain on television broadcasting industry in Indonesia (study case: PT Media Nusantara Citra Tbk)

Adam Thoriq, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20503961&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan dalam industri penyiaran televisi di Indonesia memiliki sistem oligopolistik yang menggambarkan dominasi beberapa pelaku pasar. Dalam hal ini, Grup MNC menjadi korporasi yang memiliki tingkat pangsa pemirsa dan pangsa iklan tertinggi dalam industri penyiaran televisi di Indonesia. Penelitian ini menganalisis bagaimana Grup MNC berhasil mencapai tingkat pangsa pemirsa tertinggi di Indonesia. Penulis menganalisis dengan menggunakan model rantai nilai yang mencakup tahapan-tahapan yang terdiri dari *content creation* atau *acquisition*, *packaging* atau *aggregating*, *scheduling*, *distribution platform* atau *conduit*, dan *user interface* untuk menunjukkan efektivitas perumusan manajemen stratejik yang menghasilkan tingginya tingkat pangsa pemirsa. Tingginya tingkat pangsa pemirsa memberikan dampak pada pendapatan Grup MNC melalui pangsa iklan.

The competition of Television Broadcasting Industry in Indonesia has an oligopoly system that illustrates the dominancy of several market participants. In this regard, the MNC Group has become the corporation that has the highest audience share and advertising share in the television broadcasting industry in Indonesia. This study analyzes how the MNC Group managed to reach the highest level of audience share in Indonesia. The author analyzes by using value chain model, consisted of content creation or acquisition, packaging or aggregating, scheduling, distribution platform or conduit, and user interface to show the effectiveness of strategic management formulation that results in a high level of audience share. The high level of audience share has an impact on MNC Group revenues through advertising share.