

Manajemen Televisi Swasta Di Indonesia: Studi Deskriptif Strategi TRANS TV Dalam Meraih Peringkat

Anita Wulandari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=82036&lokasi=lokal>

Abstrak

Perkembangan stasiun televisi di Indonesia semakin marak setelah 10 stasiun TV Swasta dan TVRI melaksanakan siarannya setiap hari. Untuk mempertahankan eksistensinya, maka persaingan gencar antar stasiun TV Swasta pun terjadi.

TRANS TV sebagai salah satu stasiun TV Swasta yang relatif masih muda menunjukkan eksistensinya dengan menempati peringkat ke-4 di antara stasiun TV Swasta pada usianya 10 bulan. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana manajemen TRANS TV melaksanakan strategi programming untuk menarik pemirsa yang didukung faktor promosi, teknologi, dan masalah sumber daya manusia. Berkaitan dengan hal tersebut menarik untuk diketahui strategi penjualan slot iklan TRANS TV untuk memperoleh iklan semaksimal mungkin untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya sebagai stasiun TV Swasta.

Metodologi yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif melalui in depth interview dengan para narasumber/informan yang diambil dengan teknik snow ball. Dari hasil interview tersebut dan didukung oleh data-data sekunder diperoleh gambaran yang jelas dan terurai mengenai permasalahan dalam penelitian.

TRANS TV memiliki manajemen yang solid dengan mengandalkan budaya perusahaan yang diidentifikasi sebagai good corporate governance. Perubahan yang mendasar dalam strategi programming yang semula mengutamakan acquisition program menjadi in-house production membawa implikasi pada perubahan kebijakan human capital dan strategi keuangan. Strategi penjualan yang 'menjemput bola' juga menghasilkan revenue yang tinggi, sementara overhead cost yang rendah. Hal ini berpengaruh pada bargaining position yang baik dalam bidang penjualan. Aktivitas promosi dilakukan baik dengan on air dan off air promo, sedangkan pemanfaatan teknologi digunakan serba digital. Selain itu sumber daya manusia yang digunakan TRANS TV adalah 80% berusia muda di bawah 27 tahun dan 20% tenaga yang sudah berpengalaman.

Setelah mendapatkan temuan-temuan penelitian, maka dibuatkan ikhtisar, kesimpulan dan implikasi baik dari sisi akademis, yaitu perlunya penelitian lebih lanjut mengenai strategi TV Swasta secara lebih mendalam, juga dengan membandingkan dengan stasiun TV lainnya. Sedangkan implikasi praktis, penelitian semacam ini menjadi masukan dan pemahaman bagi pengelola media elektronik, khususnya televisi, maupun mitra kerja media televisi.