

PERENCANAAN PENERAPAN TEKNOLOGI INFORMASI PADA RBTV YOGYAKARTA DALAM MENGHADAPI ERA PENYIARAN DIGITAL

Lilik Jatmiko Prasetyo¹, Bambang Soedijono², Roy Rudolf Huizen³

^{1,2,3} Magister Teknik Informatika STMIK AMIKOM Yogyakarta

Jalan Ring Road Utara Condongcatur Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

lilikjatkiko17@yahoo.com¹, bambang.s@amikom.ac.id², royrudolf.usm@gmail.com³

Abstract

RBTV is the Local-Based Private Broadcasting Agency in Region of Daerah Istimewa Yogyakarta. Facing the Future of Broadcasting in the digital era, a proper planning should be carried out so that the Broadcasting Institution is able to face the competition. This research aims for knowing Planning Development of Information Technology implementation strategies that used by RBTV to face increasingly severe competition in the digital Broadcasting era Upcoming. The research begins by knowing competitive strategy that implemented by RBTV today, further analyzes RBTV corporate environment, and formulate a strategy to get the strategy alternative by using Information Technology as consideration for RBTV. Strategy formulation undertaken by using matrix EFE, IFE, SWOT, IE, and QSPM. With SWOT diagram, the position of RBTV is in cell 3 which shows the strategy of WO (Weakness Opportunities) so that one of the interesting strategy to used are utilizing Internet networking for broadcasting via streaming to face the convergence of information technology and communication. Based on QSPM matrix the most attractive strategy to run are product development strategy that one of them by utilizing Studio Virtual technology, so supportive in increasing the number and variety of programs on RBTV.

Keyword: Digital Television, RBTV, SWOT, Matriks IE, QSPM

Abstrak

Dalam menghadapi era penyiaran digital mendatang, sebuah perencanaan yang tepat perlu dilaksanakan oleh lembaga penyiaran agar mampu menghadapi persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perencanaan strategis penerapan Teknologi Informasi yang digunakan RBTV dalam menghadapi persaingan yang semakin berat di era penyiaran digital mendatang. Penelitian diawali dengan mengetahui strategi bersaing yang diterapkan oleh RBTV saat ini selanjutnya menganalisis lingkungan perusahaan RBTV, dan membuat formulasi strategi untuk mendapatkan alternatif strategi dengan pemanfaatan Teknologi Informasi sebagai pertimbangan bagi RBTV. Perumusan strategi dikerjakan dengan menggunakan matriks EFE, IFE, SWOT, IE, dan QSPM. Dengan diagram SWOT posisi RBTV berada pada sel 3 yang menunjukkan pada strategi WO (Weakness Opportunities) sehingga salah satu strategi yang menarik untuk dijalankan adalah memanfaatkan jaringan internet untuk bersiaran melalui streaming guna menghadapi konvergensi teknologi informasi dan komunikasi. Berdasarkan matriks QSPM strategi yang paling menarik untuk dijalankan adalah strategi pengembangan produk salah satunya dengan memanfaatkan teknologi Virtual Studio sehingga mendukung dalam menambah jumlah dan variasi program acara pada RBTV.

Kata kunci: Televisi Digital, RBTV, SWOT, Matriks IE, QSPM

A. PENDAHULUAN

RBTV dibawah naungan PT Reksa Birama Media merupakan salah satu stasiun televisi dalam kategori lokal yang bersifat komersial mengudara di wilayah Yogyakarta sejak 15 Agustus 2004 pada saluran 40 UHF dan memiliki Izin Penyelenggaraan Penyiaran (IPP) No 335/KEP/M.KOMINFO/07/11 tanggal 29 Juli 2011. Posisi RBTV yang telah mengudara lebih dari 11 tahun dalam industri pertelevisian di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta belum menunjukkan akan dapat memenangkan persaingan dalam era penyiaran digital mendatang. Sebagai industri kreatif saat ini RBTV dengan posisi pengeluaran sebesar 75% dari pemasukan yang ada saat ini. Pengeluaran terbesar digunakan sebagai gaji karyawan sebanyak 60% dan 30% sebagai biaya produksi dan operasional perusahaan.

International Telecommunication Union (ITU) sebagai regulasi radio dan telekomunikasi internasional menyepakati upaya mendorong internasional untuk melaksanakan pembangunan digitalisasi terhadap seluruh penyiaran radio dan televisi terrestrial (ITU, 2006). Indonesia merupakan salah satu anggota dari ITU melalui peraturan menteri komunikasi dan informatika Nomor 32 Tahun 2013 mulai melakukan migrasi dari sistem analog ke digital secara secara *multiplexing* yang dimulai sejak 2012 ditargetkan kominfo selesai pada tahun 2018 seperti yang disampaikan melalui situs resminya. Namun berdasarkan putusan PTUN Jakarta No.119/G/2014/PTUN.JKT, tanggal 5 Maret 2015; dan putusan Pengadilan Tinggi Tata Usaha Negara No.140/B/2015/PT.TUN.JKT tanggal 7 Juli 2015 dengan salinan putusan diberitahukan kepada pemerintah tanggal 27 Agustus 2015 sehingga Menteri Kominfo menerbitkan surat edaran no.4 Tahun 2015 melakukan penundaan terhadap proses perijinan terhadap televisi digital. Penyiaran digital menawarkan jumlah kanal lebih banyak untuk mendistribusikan siaran televisi. Dalam 1 kanal saat ini nantinya dapat digunakan untuk 6 kanal sekaligus pada masa penyiaran digital sehingga televisi yang ada di Yogyakarta saat ini jumlahnya bertambah enam kali lipat. Dengan bertambahnya stasiun televisi baru akan meningkatkan tingginya tingkat persaingan pengiklan antar industri yang sama.

Berdasarkan permasalahan tersebut peran Teknologi Infromasi televisi lokal RBTV sebagai strategi bersaing pada saat ini dalam menghadapi persaingan industri

televisi di wilayah Yogyakarta sangat diperlukan berdasarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal RBTV sehingga dapat diketahui Teknologi Informasi yang tepat untuk diterapkan pada RBTV dalam persiapan menghadapi persaingan dimasa penyiaran digital. Pengamatan berada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai lokasi RBTV berada,berfokus pada bagian penyiaran dan produksi oleh RBTV diluar afilisi yang dilakukan bersama Kompas TV. Dengan mengetahui kondisi lingkungan pada RBTV pada saat ini sehingga dapat dihasilkan rekomendasi berupa usulan alternatif strategi penerapan Teknologi Informasi yang membantu RBTV untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan di era penyiaran digital mendatang.

B. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode penelitian akan dilakukan dengan cara:

1. Action Research

Dimana penelitian ini para penelitiya terlibat langsung di dalamnya (Mirza & Sari, 2014).

2. Analisis Visi Misi perusahaan

Tahapan pertama akan dilakukan analisis yang menjadi visi yang menjelaskan tentang tujuan didirikannya perusahaan penyiaran tersebut. visi harus dapat menjawab pertanyaan “ingin menjadi apa kita?” (Hasibuan & Sunarto, 2007).

Misi menurut memiliki cakupan yang luas; menghasilkan berbagai alternatif strategi yang layak; tidak terlalu spesifik; rekonsiliasi kepentingan antara para pemangku kepentingan yang beragam; seimbang antara spesifisitas & generalitas; membangkitkan perasaan positif dan emosi; memotivasi pembaca untuk bertindak; menghasilkan kesan bahwa perusahaan berhasil; memiliki arah, dan layak dalam hal waktu, dukungan, dan investasi; mencerminkan pertumbuhan di masa depan; menyediakan kriteria untuk memilih strategi; dasar untuk menghasilkan dan menyaring pilihan strategis; memiliki orientasi yang dinamis (Hasibuan & Sunarto, 2007).

3. Analisis SWOT

Akan dilakukan analisis dengan SWOT Analysis guna mengetahui apa yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari perusahaan.

4. Formulasi Strategi

Dilakukan guna mengetahui nilai evaluasi serta arti dari nilai yang

dihasilkan tersebut.

a. Matrik IFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal perusahaan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting dan berpengaruh. Data dan informasi aspek internal perusahaan digali dari beberapa fungsional perusahaan, seperti aspek manajemen, aspek keuangan, aspek SDM, aspek pemasaran, Penelitian dan pengembangan yang pernah dilakukan.

b. Matrik EFE

Matrix EFE digunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal perusahaan. Data Eksternal dikumpulkan untuk menganalisa hal-hal yang menyangkut persoalan Ekonomi, sosial, politik, teknologi, dan persaingan dipasar industri dimana perusahaan berada, serta data eksternal yang relevan lainnya. Hal ini penting karena faktor eksternal berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap perusahaan.

c. Kuadran SWOT

Hasil analisis pada tabel matriks faktor strategi internal dan faktor strategi eksternal dipetakan pada matriks posisi.

d. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah matriks yang berisi tentang analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang disajikan dalam sebuah matriks. Menurut David (2011), matriks SWOT adalah alat untuk pencocokan yang penting untuk membantu manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi, yaitu *SO* (kekuatan - peluang), *WO* (kelemahan - peluang), *ST* (kekuatan - ancaman), dan *WT* (kelemahan - ancaman).

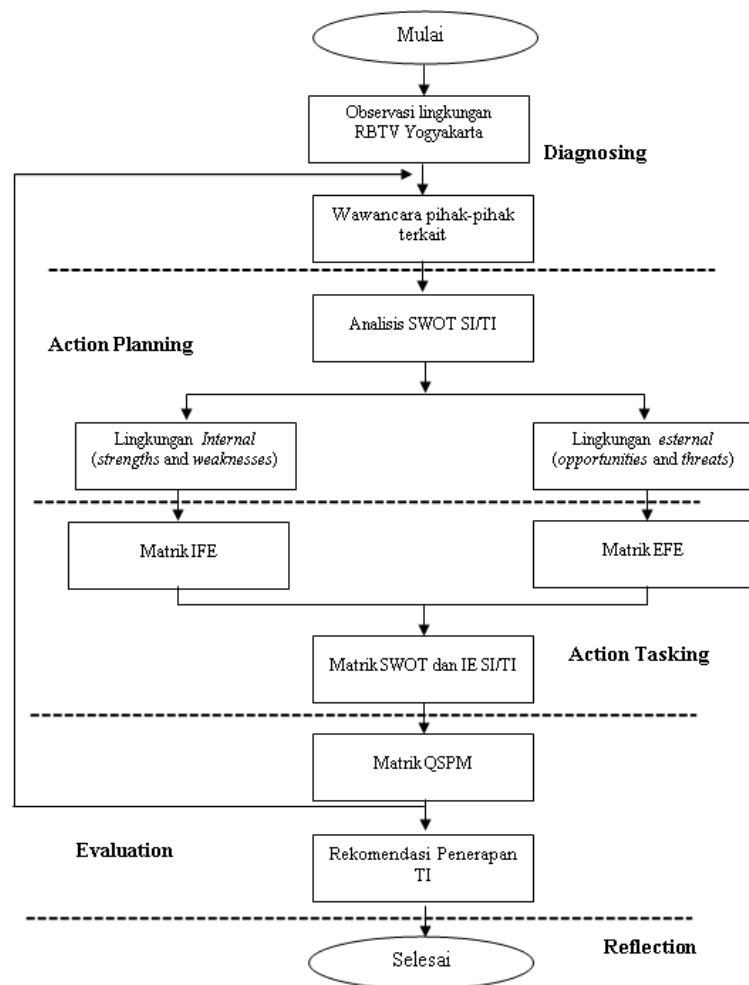
e. Matriks IE

Matriks IE merupakan ringkasan dari matriks IFE dan EFE yang menempatkan perusahaan pada salah satu kondisi dalam sembilan sel, dimana setiap sel memiliki kondisi dan langkah yang berbeda yang harus dilakukan perusahaan. Matriks IE didasarkan pada 2 dimensi kunci total rata-rata tertimbang IFE pada sumbu X dan total rata-rata tertimbang EFE pada sumbu Y (Hasibuan & Sunarto, 2007).

f. Matriks Quatitative Strategic Planning Model (QSPM)

Matriks QSPM adalah matriks yang digunakan pada tahap keputusan. Matriks

QSPM ini menunjukkan alternatif strategi yang terbaik untuk diterapkan perusahaan. Pada matriks ini, perusahaan menguji beberapa alternatif strategi yang terbaik yang ditemukan pada matriks pada tahap sebelumnya. Tujuan matriks QSPM ini adalah untuk menetapkan kemenarikan relatif dari strategi - strategi yang bervariasi yang telah dipilih, untuk menentukan strategi mana yang dianggap paling baik untuk diimplementasikan. Seperti alat analisa untuk memformulasikan strategi lainnya, QSPM juga membutuhkan *intuitive judgment* yang baik.



Gambar 1. Alur Penelitian

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi variabel penelitian bertitik tolak dari hasil survei pendahuluan dan teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang sedang dibahas dalam penelitian ini.

Variabel yang diteliti meliputi faktor lingkungan *internal* yaitu kekuatan dan kelemahan serta lingkungan *eksternal* yaitu peluang dan ancaman (Hasibuan & Sunarto, 2007).

1. Lingkungan Eksternal

Peluang :

- a Perkembangan konvergensi teknologi informasi dan komunikasi.
- b Kemajuan teknologi di bidang informasi seperti internet dan mobile memberikan kesempatan bagi SDM dalam menambah pengetahuan.
- c Perkembangan teknologi informasi dapat mempengaruhi hasil produksi.
- d Perkembangan teknologi dapat menambah efisiensi bagi perusahaan.
- e Afiliasi RBTV dengan Kompas TV meningkatkan jumlah penonton bagi RBTV.

Ancaman :

- a Kebijakan pemerintah Peraturan Menteri Kominfo No. 32 tahun 2013 tertanggal 31 Desember 2013 tentang penyelenggaraan penyiaran televisi secara digital dan penyiaran *multiplexing* melalui sistem *terrestrial*.
- b Persaingan dengan kompetitor eksisting
- c Perkembangan teknologi memberikan alternatif lain bagi masyarakat untuk memilih media lain dalam mendapatkan informasi dan hiburan
- d Persaingan dengan kompetitor baru di masa penyiaran digital yang akan semakin banyak

2. Lingkungan Internal

Kekuatan :

- a Memiliki *brand* di masyarakat karena telah mengudara lebih dari 10 tahun.
- b Memiliki pemancar yang lebih besar dari stasiun TV lokal eksisting yang lain.
- c Tersedianya jaringan internet yang memadai.
- d Peralatan penyiaran yang dipersiapkan dalam memasuki era penyiaran digital

Kelemahan :

- a RBTV tidak bersiaran melalui streaming
- b RBTV tidak bersiaran melalui media satelit
- c Studio produksi kecil.
- d Belum memiliki mobil unit siaran luar dalam mendukung produksi program acara.
- e Sumber Daya Manusia yang masih terbatas

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperoleh selanjutnya data diformulasikan dengan tahapan sebagai berikut :

1. Tahap Masukan (*Input Stage*)

1.1 Matrik EFE (*External Factor Evaluation*)

Untuk melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor eksternal perusahaan dikerjakan dengan menggunakan Matrik EFE.

Dengan perhitungannya adalah :

a. Bobot

- 0,00 = Tidak Penting
- > 0,00 – 0,05 = Kurang Penting
- > 0,05 – 0,10 = Penting
- > 0,10 = Sangat Penting

b. Rating

- 1 = Tidak Berpengaruh
- 2 = Cukup Berpengaruh
- 3 = Berpengaruh
- 4 = Sangat Berpengaruh

c. $Score = Bobot * Rating$

Tabel 1. Matriks EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Score
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
1	Perkembangan konvergensi teknologi informasi dan komunikasi.	0.115	3.333	0.385
2	Kemajuan teknologi di bidang informasi seperti internet dan mobile memberikan kesempatan bagi SDM dalam menambah pengetahuan.	0.103	2.667	0.274
3	Perkembangan teknologi informasi dapat mempengaruhi hasil produksi.	0.128	3.000	0.385
4	Perkembangan teknologi dapat menambah efisiensi bagi perusahaan.	0.128	3.333	0.427
5	Afiliasi RBTV dengan Kompas TV meningkatkan jumlah penonton bagi RBTV.	0.103	2.667	0.274
	Sub Total			1.744
Ancaman (<i>Threat</i>)				
1	Kebijakan pemerintah Peraturan	0.077	2.000	0.154

	Menteri Kominfo No. 32 tahun 2013 tertanggal 31 Desember 2013 tentang penyelenggaraan penyiaran televisi secara digital dan penyiaran multipleksing melalui sistem terestrial.			
2	Persaingan dengan kompetitor eksisting	0.128	3.000	0.385
3	Perkembangan teknologi memberikan alternatif lain bagi masyarakat untuk memilih media lain dalam mendapatkan informasi dan hiburan	0.090	2.667	0.239
4	Persaingan dengan kompetitor baru di masa penyiaran digital yang akan semakin banyak	0.128	3.000	0.385
	Sub Total			1.162
	Jumlah		1.000	2.906

Berdasarkan Tabel diatas ditunjukkan total nilai peluang sebesar 1,744 lebih besar daripada total nilai ancaman sebesar 1,162 sehingga total nilai tertimbang dari faktor eksternalnya sebesar 2,90. Berdasarkan nilai tersebut menunjukkan bahwa RBTv telah mampu memanfaatkan peluang yang ada untuk meminimalkan ancaman dilingkungan eksternalnya dengan cukup baik.

1.2 Matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matrik IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang berpengaruh terhadap RBTv dan berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap paling dominan dalam pemilihan strategi.

Dengan perhitungannya adalah :

a. Bobot

- 0,00 = Tidak Penting
- > 0,00 – 0,05 = Kurang Penting
- > 0,05 – 0,10 = Penting
- > 0,10 = Sangat Penting

b. Rating

- 1 = Tidak Berpengaruh
- 2 = Cukup Berpengaruh
- 3 = Berpengaruh
- 4 = Sangat Berpengaruh

c. $Score = Bobot * Rating$

Tabel 2 Matriks IFE

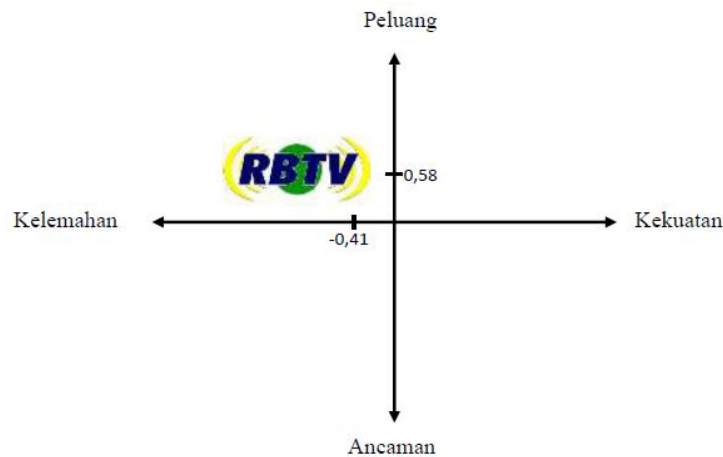
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Score
Kekuatan (Strength)				
1	Memiliki brand di masyarakat karena telah mengudara lebih dari 10 tahun.	0.100	3.333	0.333
2	Memiliki pemancar yang lebih besar dari stasiun TV lokal eksisting yang lain.	0.111	3.333	0.370
3	Tersedianya jaringan internet yang memadai.	0.111	3.333	0.370
4	Peralatan penyiaran yang dipersiapkan dalam memasuki era penyiaran digital	0.111	3.333	0.370
Kelemahan (Weakness)				1.444
1	RBTV tidak bersiaran melalui streaming	0.111	3.000	0.333
2	RBTV tidak bersiaran melalui media satelit	0.111	3.000	0.333
3	Studio produksi yang kecil.	0.122	3.667	0.448
4	Belum memiliki mobil unit siaran luar dalam mendukung produksi program acara.	0.111	3.667	0.407
5	Sumber Daya Manusia yang masih terbatas	0.111	3.000	0.333
Sub Total				1.856
Jumlah		1.000		3.300

Dalam Tabel diatas diketahui pada matriks evaluasi faktor internal diatas dapat diketahui nilai kekuatan 1,444 lebih rendah dari nilai kelemahan 1,856 sehingga jumlah total nilai tertimbang dari faktor internalnya sebesar 3.30. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki posisi yang kurang kuat secara internal karena belum dapat memaksimalkan kekuatan yang dimilikinya untuk menutupi kelemahan atau kekurangan yang ada pada perusahaan tersebut.

2. Tahap Penyesuaian (*Matching Stage*)

2.1 Kuadran Analisis SWOT

Parameter dalam menentukan diagram SWOT didasarkan pada nilai yang diperoleh dari total skor kekuatan dikurangi total skor kelemahan dan total skor peluang dikurangi total skor ancaman. Pada sumbu x bernilai -0.41 dan sumbu y bernilai 0.58. Analisis diagram SWOT adalah sebagai berikut :



Gambar 2 Kuadran dalam analisis SWOT

Berdasarkan Gambar diatas menunjukkan pada sel III bahwa RBTV mendapatkan peluang (*eksternal*) yang sangat besar, tetapi dilain pihak, RBTV menghadapi beberapa kendala internal. Fokus RBTV adalah meminimalkan masalah-masalah internal organisasi sehingga dapat merebut peluang dari luar tersebut dengan baik.

2.2 Matriks SWOT

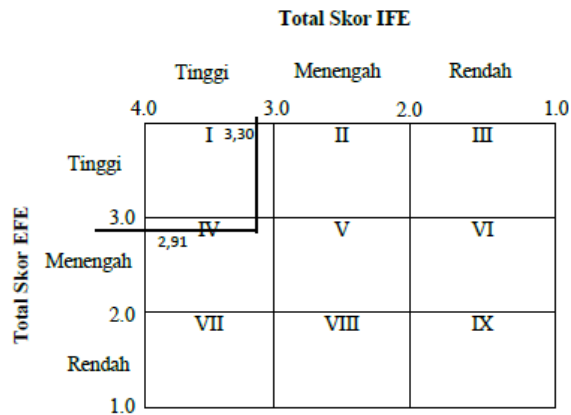
Tabel 3 Matrik SWOT

Internal	Kekuatan (<i>Strengths-S</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses-W</i>)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki brand di masyarakat karena telah mengudara lebih dari 10 tahun. 2. Memiliki pemancar yang lebih besar dari stasiun TV lokal yang lain. 3. Tersedianya jaringan internet yang memadai. 4. Peralatan penyiaran yang dipersiapkan dalam memasuki era penyiaran digital 	<ol style="list-style-type: none"> 1. RBTV tidak bersiaran melalui streaming 2. RBTV tidak bersiaran melalui media satelit 3. Studio produksi yang kecil. 4. Belum memiliki mobil unit siaran luar dalam mendukung produksi program acara. 5. Sumber Daya Manusia yang masih terbatas
External	Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	Strategi WO
	Strategi SO	
		<ol style="list-style-type: none"> 1) Bersiaran melalui streaming dalam memberi alternatif bagi user untuk menyaksikan siaran RBTV dimanapun. 2) Menperbanyak siaran secara <i>off air</i> melalui podcast, youtube, dll.

2.3 Matriks IE

Berdasarkan perhitungan matriks EFE dan IFE diperoleh total nilai faktor

eksternalnya sebesar 2,91 dan total nilai nilai faktor internalnya sebesar 3,30 dari kedua nilai tersebut kemudian dimasukan kedalam matriks *internal-eksternal* seperti yang terdapat pada Gambar dibawah ini:



Gambar 3 Matrik IE

Matriks *internal eksternal* digunakan untuk memposisikan berbagai divisi dalam organisasi kedalam sembilan sel. Ukuran sel tersebut mengganbarkan kondisi strategis perusahaan. Posisi RBTV dalam IE matriks terletak pada sel IV, jika perusahaan berada pada sel I, II, dan IV berarti bahwa perusahaan berada dalam kondisi tumbuh dan membangun (*growth andbuild*). Hal ini didapat dari jumlah IFE *score* 3.30 dan EFE *score* 2,91. Menurut Fred R. David (2011:303) strategi yang tepat bagi perusahaan yang berada pada sel IV adalah strategi intensif berupa penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk dan strategi integratif berupa integrasi ke belakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal.

3. Tahap Pengambilan Keputusan (*Decision Stage*)

QSPM memperlihatkan daya tarik relatif dari alternatif-alternatif strategi dan kemudian menyediakan dasar pemikiran dalam pemilihan strategi yang lebih spesifik untuk dapat diterapkan dalam perusahaan yaitu dari prioritas alternatif strategi yang paling baik berdasarkan *Total Attractive Score* (TAS) yang terbesar.

Tabel 4. Matrik QSPM

No		Bobot	Alternatif Strategi							
			Penetrasi Pasar		Pengembangan Pasar		Pengembangan Produk		Integrasi Horizontal	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Faktor Eksternal										
Peluang (<i>Opportunities</i>)										
1	Konvergensi teknologi informasi	0.115	3.000	0.346	3.000	0.346	3.333	0.385	2.000	0.231
2	Kemajuan teknologi bagi pengembangan SDM	0.103	3.000	0.31	3.000	0.31	3.667	0.38	2.000	0.21
3	Teknologi informasi terhadap kualitas program	0.128	3.000	0.38	3.333	0.43	3.667	0.47	2.000	0.26
4	Teknologi informasi menciptakan efisiensi perusahaan	0.128	3.000	0.38	3.000	0.38	3.333	0.43	2.000	0.26
5	Afiliasi RBTv dengan Kompas TV	0.103	3.000	0.31	3.000	0.31	3.000	0.31	2.000	0.21
Ancaman (<i>Treat</i>)										
1	Kebijakan pemerintah	0.077	1.000	0.08	1.000	0.08	1.000	0.08	0.667	0.05
2	Persaingan dengan kompetitor eksisting	0.128	3.667	0.47	4.000	0.51	4.000	0.51	3.333	0.43
3	Perkembangan teknologi dalam mengakses informasi	0.090	3.000	0.27	3.333	0.30	3.000	0.27	2.667	0.24
4	Pesaing baru di era penyiaran digital	0.128	3.333	0.43	3.667	0.47	4.000	0.51	3.000	0.38
Faktor Internal										
Kekuatan (<i>Strenght</i>)										
1	Brand di masyarakat	0.100	3.667	0.37	3.667	0.37	2.333	0.23	2.333	0.23
2	Pemancar lebih besar	0.111	4.000	0.44	4.000	0.44	3.000	0.33	2.000	0.22
3	Jaringan internet memadai	0.111	3.667	0.41	3.000	0.33	3.000	0.33	2.000	0.22
4	Peralatan dipersiapkan dalam penyiaran digital	0.111	3.000	0.33	2.667	0.30	3.333	0.37	2.000	0.22
Kelemahan (<i>Wiveakness</i>)										
1	Tidak bersiaran streaming	0.111	3.667	0.41	3.667	0.41	3.000	0.33	2.000	0.22
2	Tidak bersiaran melalui satelite	0.111	3.667	0.41	4.000	0.44	3.000	0.33	2.000	0.22
3	Studio produksi kecil	0.122	2.667	0.33	3.000	0.37	4.000	0.49	2.333	0.29
4	Belum memiliki mobil unit siaran luar	0.111	2.667	0.30	2.667	0.30	4.000	0.44	2.000	0.22
5	SDM Terbatas	0.111	3.000	0.33	2.667	0.30	3.667	0.41	2.000	0.22
			6.30		6.38		6.62		4.33	

Berdasarkan Tabel diatas strategi yang paling menarik dan terbaik untuk dilaksanakan RBTv menurut matriks tersebut adalah strategi pengembangan produk yang mendapatkan *total attractiveness scores* sebesar 6,62. Strategi pengembangan produk menurut David (2011) adalah upaya peningkatan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada atau mengembangkan produk atau jasa baru. Dalam industri media televisi, produk atau jasa yang dihasilkan yaitu dalam bentuk program acara yang disiarkan. Memperbaiki kualitas program memungkinkan RBTv dapat merebut perhatian audien yang lebih besar.

D. SIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian ini Berdasarkan hasil analisis QSPM didapatkan strategi yang paling menarik untuk dilakukan adalah pengembangan produk dengan *total attractiveness scores* tertinggi, yaitu sebesar 6,62 sehingga langkah stategi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang harus dilakukan serta sebagai rekomendasi yang dikeluarkan bagi RBTv adalah Penggunaan teknologi *virtual studio* guna mensiasati studio produksi yang kecil agar tercapainya peningkatan jumlah serta variasi program produksi dan efisiensi jumlah SDM karena dalam satu proses produksi dengan *virtual*

studi melibatkan satu operator peralatan *virtual studio*, satu orang operator kamera di studio dan seorang desainer grafis dalam merancang background yang digunakan dalam latar belakang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnold, John; Michael Frater; Mark Pickering, 2007. *Digital Television: Technology and Standards*. John Wiley & Sons
- Chengyuan, Peng. 2002. *Digital Television Applications*. Helsinki University of Technology. Finland
- David, Fred R. 2009. *Manajemen Strategis Konsep*. Pearson Education
- David, Fred R. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education
- Dwiprakoso, Agung Reynanda. 2014. *Formulasi Strategi Bersaing Useetv Pada PT. Telekomunikasi Indonesia*, Universitas Diponegoro
- Earl, Michael J. 1996. *Information Management: The Organizational Dimension*, Clarendon Press
- Fischer, Walter. 2003. *Digital Video and Audio Broadcasting Technolog.*, Springer
- Hasibuan, Zainal A; Agus Sunarto. 2007. Model Perencanaan Trategis Sistem Informasi Pada Industri Penyiaran Televisi Dengan Pendekatan Blueocean Strategy Dan Balanced Scorecard. *Jurnal Sistem Informasi MTI UI, Vol. 3 – No. 2, Oktober 2007*
- Hasibuan, Zainal A. 2007. *Metode Penelitian Pada Bidang Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Hendrawan, Pradika. 2013. Analisis Strategi Stasiun Televisi Lokal Dalam Menghadapi Era Televisi Digital (Studi Penelitian pada TVRI D.I Yogyakarta), *UPN "VETERAN" Yogyakarta*
- Husein, Umar. 2005. *Strategic Management in Action*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Mirza, Haidar & Sari Permata Dian. 2014. Analisis Strategi Internal Dan Eksternal Bisnis IPTV PT. Telkom, Universitas Bina Darma Palembang
- Oktavia, Putri. 2013. Formulasi Strategi Bersaing Groovia TV pada PT Telekomunikasi Indonesia. *Universitas Gajah Mada*
- Rangkuti, Freddy. 1997. *Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Rosita, Deviani Merita A; Putra Dwi Stefanus; Cofriyanti Ervi. 2013. Perencanaan Strategis Sistem Informasi Pada LPP RRI Palembang. *STMIK GI MDP*
- Ward John, Peppard Joe, 2002, *Strategic Planning for Information Systems*, third Edition, John Wiley & Sons Ltd, England