



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**ANTV's competitive strategy for improving its performance**  
PRAKOSA, Gunardi, Prof.Dr. Sukanto Reksahadiprodjo, M.Com  
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

## ABSTRACT

In the world today there is no country that could defend its isolation from changing moved by technological innovation and informational revolution which giving stimulants to highly competitive patterns. These changing movements give more impulse to companies to reform their business strategies in order to survive and to get to improve them in the changing environment. It should be done, certainly aimed to maintain their business vision sharply and be able to anticipate those changes and at the same time implies for the companies' long term strategies.

ANTV that ever known as a television for young people ( youth channel ), due to its cooperation program with an international music television channel, later on has been doing several innovations in order to improve its performance. These improvements are taken in almost its lines including financial performance, human resources, marketing, operational system, and aimed to position them, as well as adjusted them, to all sectors so that its vision and mission could be achieved.

Related to above; then, this research tries to analyze the situation faced by ANTV through examining factors and strategies contributed to the company's success future. This report uses descriptive method by utilizing data gathered from the object observed. After the data collected, the company internal and external environment are examined. The internal environment consists of company's strategy, products, marketing, human resources and financial performance. The external environment consists of economic environment, political environment, socio-cultural environment, technology, government role, structure and character of Indonesian television industry as well as the competition patterns. To help evaluating the company's strategy, the writer uses SWOT analysis and Value Chain.

*Keywords: competitive strategy, television broadcasting industry, company's performance*



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

ANTV's competitive strategy for improving its performance  
PRAKOSA, Gunardi, Prof.Dr. Sukanto Reksahadiprodo, M.Com  
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://eud.repository.ugm.ac.id/>

## INTISARI

Di dunia dewasa ini tiada suatu negara yang dapat mempertahankan isolasinya dari perubahan yang digerakkan oleh inovasi teknologi dan revolusi informasi yang telah memberi stimulus pada pola persaingan yang semakin ketat. Gerak perubahan ini makin memberi impuls pada eksekutif perusahaan untuk membentuk ulang strategi bisnisnya agar dapat bertahan hidup dan memperoleh kemajuan dalam lingkungan yang senantiasa berubah. Hal ini dilakukan, tentu saja dengan maksud untuk mempertahankan visi bisnisnya agar tetap tajam dan mampu mengantisipasi perubahan sekaligus menyiratkan pada strategi jangka panjang perusahaan.

ANTV yang pernah dikenal sebagai televisi anak muda ( youth channel ) berkat kerjasamanya dengan sebuah stasiun musik internasional, belakangan ini tengah melakukan beberapa pembaharuan dalam tubuhnya untuk mengembalikan pamornya yang sempat turun. Pembaharuan ini dilakukan di hampir semua lini. Baik dari segi keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, sistem operasional, dan memposisikannya, serta menselaraskannya, pada semua bidang sehingga terwujud visi dan misi perusahaan tersebut.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisa situasi yang tengah dihadapi oleh ANTV dengan membahas faktor-faktor dan strategi yang berkontribusi atas sukses masa depan perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan memanfaatkan data yang diperoleh dari obyek yang diobservasi. Setelah data dikumpulkan, dilakukan penelaahan terhadap lingkungan internal dan eksternal dari perusahaan tersebut. Lingkungan internal meliputi strategi perusahaan, produk, pemasaran, sumber daya manusia dan performa keuangan. Sedangkan, lingkungan eksternal meliputi lingkungan ekonomi, politik, sosial-budaya, teknologi, peran pemerintah, struktur dan karakter industri pertelevisian di Indonesia, maupun pola persaingannya. Untuk membantu mengevaluasi strategi perusahaan tersebut, penulis menggunakan analisa SWOT dan Value Chain.

