

## INTISARI

Produk berita *Short Message Services* (SMS) LKBN ANTARA merupakan produk *value added services* (VAS) yang diluncurkan lembaga sebagai upaya untuk menangkap peluang pasar pada industri *content provider*. Hal ini mengingat ANTARA yang saat ini memposisikan diri bukan hanya sebagai *content provider* layanan data dan informasi untuk media massa, melainkan juga sebagai *content provider* dimana produknya bisa diterima langsung oleh pelanggan individu.

Untuk menjangkau pelanggan individu tersebut dikembangkan distribusi berita melalui SMS dimana pelanggan bisa langsung mengakses berita ANTARA melalui telepon selulernya. Untuk produk ini, ANTARA bekerjasama dengan operator seluler antara lain Telkomsel dan Indosat sebagai penyedia jaringan dengan basis teknologi *Global Systems for Mobile Communication* (GSM).

Industri *content provider* khususnya yang melayani kebutuhan pengiriman berita melalui SMS diprediksikan akan mengalami perkembangan yang cukup prospektif. Dalam menghadapi persaingan di masa depan, maka dibutuhkan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi ANTARA, sehingga dapat ditentukan strategi pemasaran yang lebih tepat.

Hasil evaluasi menunjukkan meski strategi pemasaran produk berita SMS telah sesuai dengan strategi korporat/strategi bisnis ANTARA sebagai perusahaan yang mempunyai bisnis tunggal, namun strategi pemasaran yang ada saat ini kurang tajam sehingga kinerja produk kurang optimal. Ini akan sulit bagi ANTARA untuk mampu bersaing dengan para kompetitor seperti Detikcom dan Kompas Cyber Media (KCM).

Sementara hasil pemetaan diagram SWOT diperoleh ANTARA cukup mempunyai kekuatan dalam menghadapi peluang yang ada. Strategi yang tepat adalah strategi agresif. Pada kondisi ini, strategi yang berorientasi pada pertumbuhan intensif sangat diperlukan melalui strategi penetrasi pasar, strategi pengembangan pasar dan strategi pengembangan produk.

Berdasar analisis dan faktor kunci sukses yang ada, untuk memasuki industri *content provider* berita SMS, ANTARA harus membuat formulasi strategi pemasaran yang lebih tepat terutama dalam pembuatan STP.

Program pemasaran jangka pendek dalam pelaksanaan strategi yang baru adalah perlu dibentuk tim kerja SMS yang didekasikan untuk mengelola berita SMS, terdiri dari unsur redaksi, pemasaran dan teknik. Tugas utama dari tim adalah membuat produk dengan kategori baru yang lebih diminati pelanggan dan menawarkannya ke semua operator seluler baik yang berbasis teknologi GSM maupun *Code Division Multiple Access* (CDMA).

Untuk jangka panjang perlu dibentuk unit khusus di bawah redaksi yang menangani produk berita SMS. Unit ini nantinya diharapkan terus melakukan pengembangan produk ke arah multimedia seiring perkembangan teknologi seluler.

Kata kunci: produk berita SMS, analisis SWOT, strategi agresif

## ABSTRACT

*News Service via Short Message Services (SMS) facility is a Value Added Services (VAS) product launched by ANTARA to take market opportunity in content provider industry. This services is also to build up the new positioning that ANTARA is not only the provider of data and information for mass-media, but also ANTARA readily opens the product directly to individual subscribers.*

*To reach individual subscribers, SMS facility is utilized as alternative distribution channel to ease the access of the individual subscribers with their cellular phones. In developing the SMS news service, ANTARA cooperate with cellular operator e.g. Telkomsel and Indosat as network provider with Global System for Mobile Communication (GSM) technology.*

*Content provider industry providing the news delivery via SMS is predicted to have increasing prospects. To fit with future competition, ANTARA urgently has to analysis its strength and weakness as well as its opportunity and threat (SWOT analysis) in order to have suitable marketing strategies.*

*Recent evaluation shows improper marketing strategies for ANTARA SMS news Services fitting with corporate/business strategies, therefore, the product performance is not quite optimal. Such conditions put ANTARA on very hard position to compete with other providers like Detikcom and Kompas Cyber Media (KCM).*

*Meanwhile, SWOT diagram mapping shown ANTARA has enough strengthen to facing many opportunities. The fitting strategy is aggressive strategy. In this condition, growth oriented strategy by market penetration; market development and product development are needed.*

*Based on the above analysis and key success factors, to enter the content provider for SMS news service industry, ANTARA has to formulate the marketing strategies (STP) to be more focused in setting the marketing tactics and designs.*

*For short-term marketing program in implementing the new strategies, it is necessary to build up a working team dedicated to manage SMS news service consisting of editorial, marketing and IT staff. The main task of the team is to create the product with new category preferred by subscriber and to offer the product to all cellular operator either with GSM technology or Code Division Multiple Access (CDMA) technology.*

*For long-term program, ANTARA needs to set up a special unit supervised by editorial division handling SMS news service. The unit is expected to continuously develop the product towards multimedia technology in line with the development of cellular technology.*

*Keyword: SMS News product , SWOT analysis, aggressive strategy*