

Abstrak

LPP TVRI perlu bergerak cepat mentransformasi model bisnisnya untuk mengeliminasi kekuatan disrupsi barang substitusi yaitu *platform* video digital. Perubahan tersebut bertujuan menciptakan penghalang disrupsi dalam bentuk model bisnis sebagai langkah terbaik dalam mengantisipasinya. Model bisnis kanvas sebagai pendekatan dalam menggambarkan perubahan model bisnis berjalan kemudian menjadi model bisnis baru yang mengikuti arah *driving forces* dan perpaduan *key success factors* dengan *five forces of porter*.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian metode kualitatif dengan data primer dari kuesioner dan wawancara untuk menggambarkan model bisnis berjalan dan ketiga rerangka tersebut di atas. Proses tersebut melibatkan para ahli di industri pertelevisian sehingga menghasilkan data sesuai konteks. Kemudian, data sekunder berupa pendalaman literatur, artikel, blog video dan sumber terpercaya lainnya memperkuat dan melengkapi kompilasi tersebut untuk menghasilkan laporan penelitian.

Laporan tersebut menunjukkan bahwa faktor teknologi, sosial budaya dan peraturan hukum mendominasi faktor *driving forces*. Sementara itu, lembaga riset milik sendiri handal untuk membangun *brand* kuat, iklim organisasi positif dan tim redaksi yang matang merupakan *key success factors* dengan pengarahannya yang tepat untuk mengurangi kekuatan barang substitusi, tingkat persaingan, dan pembeli.

Oleh sebab itu, LPP TVRI mentransformasi model bisnis dengan menambah kegiatan kunci melalui evaluasi *brand* termasuk *virtuous leadership* dan *hybrid workforce* untuk perencanaan selanjutnya, integrasi sistem kerja tim redaksi dan tim media sosial, serta penyesuaian tujuan rancangan transformasi digital. Kemudian, Puslitbang dan tim media sosial LPP TVRI menjadi aset kunci tambahan sehingga mengakibatkan penyesuaian struktur biaya melalui pergeseran pagu kegiatan anggaran. Selanjutnya, aliran pendapatan bertambah karena layar tambahan dan royalti serta kanal khusus untuk menjaga hubungan dengan konsumen. Organisasi yang berupaya maksimal untuk mewujudkan iklim organisasi yang sehat dan membangun *brand* kuat sehingga meningkatkan kualitas produk dan layanannya menjadi *value proposition* baru akibat berbagai perubahan.

Kata Kunci: Transformasi, Model Bisnis, *Driving Forces*, *Key Success Factors*, *Five Forces of Porter*, Kegiatan Kunci, Aset Kunci, *Value Proposition*.

Abstract

LPP TVRI urge to transform it's business model in order to minimize the disruption of substitutes product especially digital video platform. The purpose is to create business model barrier which is the strongest one to survive from disruption. Canvass business model indicates the barrier that illustrate changes from current to new business model based on driving forces and mix of key success factors and five forces of porter.

Consequently, the research design uses qualitative method and collects primary data with quetionnaire and interview to describe current business model and three frameworks above. The process collaborates respondent and informant from television industry experts to create data which align with the context. As data has been compiled, secondary data from literature review, article, video blog or another reliable sources strengthen or complement it.

The report views that technology, culture-social and legal law act as dominated driving forces factors. Meanwhile, reliable owned-research entity to build strong brand, positive climate organization and robust editorial team roled as highest key success factors to minimize the power of substitutes product, competition and buyer.

In accordance to that, evaluate brand including virtous leadership and hybrid workforce, integrate work system between editorial and social media team, adjust digital transformation map purpose become another key activities. Moreover, Puslitbang and social media team become the new key assets that drive changes on budget component. Besides it, additional screen and royalty will add revenue stream and a destined channel to communicate with consumer. An organization that strive to generate positive climate organization and building strong brand in order to increase the quality of it's product and service become the new value proposition because the several changes.

Keywords: Transformation, Business Model, Model, Driving Forces, Key Success Factors, Five Forces of Porter, Key Activities, Key Assets, Value Proposition.