

## INTISARI

RBTB (Reksa Birama TV) merupakan salah satu Lembaga Penyiaran Swasta lokal yang ada di Yogyakarta, berdiri atas kerja sama PT Retjo Buntung Yogyakarta (Radio RBFM Grup Yogyakarta) dan STMIK Amikom Yogyakarta. Saat ini, di Yogyakarta tercatat ada 26 lembaga penyiaran radio swasta dan empat Lembaga Penyiaran Swasta lokal. Dengan kondisi demikian bukan perkara mudah untuk RBTB bertahan hidup ditengah kondisi persaingan yang sangat kompetitif, sehingga RBTB perlu membuat strategi tersendiri dengan mengurangi jam siaran atau bekerja sama berjejaring dengan Lembaga Penyiaran Swasta yang memiliki modal lebih besar.

Tujuan penelitian ini adalah Memahami dan menganalisis motivasi RBTB beraliansi dengan KOMPAS TV dan menganalisis apakah strategi tersebut menciptakan keunggulan bersaing bagi RBTB. Metode analisis yang digunakan adalah analisis bobot faktor, analisis *value chain*, dan peta persepsi konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui motivasi terbesar RBTB memilih bekerja sama dengan KOMPAS TV adalah keinginan RBTB untuk belajar dari KOMPAS TV dalam hal memproduksi konten yang baik sehingga dapat memberikan keunggulan bersaing dalam hal diferensiasi biaya. Namun demikian penulis menyarankan kepada perusahaan melakukan peningkatan pada program acara sehingga dapat menjadi televisi terbaik di Yogyakarta.

**Kata kunci:** bobot faktor, *value chain*, peta persepsi konsumen

## **ABSTRACT**

RBTV (Reksa Birama TV) is one of the local private broadcasting institutions in Yogyakarta that standing on cooperation between PT Retjo Buntung Yogyakarta (Radio RBFM Group Yogyakarta) and STMIK Amikom Yogyakarta. At present, there are 26 private radio broadcasters and four local private broadcasting institutions in Yogyakarta. It is not easy to RBTV survive in the existence of broadcasting competition. RBTV need to create its own strategies to reduce broadcast hour or make networks collaboration with private broadcasting institutions that have greater capital.

The study has two purposes. First, this study is to understand and analyze the motivation RBTV is allying with KOMPAS TV. Second purposes is to analyze whether these strategies create a competitive advantage for RBTV. The analytical method used in this reasearch is weighting factors analysis value chain analysis, and consumer perceptual map.

The research find that the biggest motivation of RBTV chose to work with KOMPAS TV is the desire to learn from KOMPAS TV in terms of producing good content which means provide a competitive advantage in terms of differentiation cost. However, the authors suggest the company made improvements to the program so that it can be the best television in Yogyakarta.

**Key word:** weighting factors, value chain, consumer perceptual map