

ABSTRAK

ARTIE RAINI ALAMI

1144050019

Strategi Perubahan Stasiun TV PJTV Bandung menjadi Sunda Kiwari TV dalam Upaya Membangun Bisnis Media

Dalam persaingan industri media terdapat beberapa strategi yang digunakan demi eksistensi atau kelangsungan hidup media tersebut. Salah satu strategi yang sedang tren digunakan oleh media ialah membuat tv berjaringan dan melakukan perubahan identitas. Sunda Kiwari TV (SKTV) adalah stasiun tv lokal yang berada dibawah naungan Jawapos Grup yang telah mengalami perubahan dari identitas terdahulunya yaitu PJTV.

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan mengenai kebijakan manajemen yang mendorong terjadinya perubahan SKTV, mengenai proses perubahan PJTV Bandung menjadi SKTV dan mengenai strategi bisnis yang digunakan SKTV dalam perubahan identitasnya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif, subjek penelitian ini adalah manajer dan *holding* SKTV, sedangkan objek penelitian ini adalah perubahan identitas perusahaan. Informan dipilih secara *purposive*, data diperoleh dari hasil wawancara dengan Direktur Utama SKTV, dokumentasi mengenai perubahan PJTV Bandung menjadi SKTV dan observasi langsung peneliti. Analisis data dilakukan dengan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori ekologi media yang digagas Dimmick dan Rotenbuhler. Teori ini berasumsi bahwa untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya media membutuhkan sumber penunjang hidup yang terdiri dari isi media, jenis khalayak sasaran dan modal.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa, *pertama*, perubahan ini didorong karena kebijakan dari manajemen sebagai sebuah strategi bisnis untuk melakukan penguatan stasiun televisi yang berada dibawah naungan Jawapos Grup. Terdapat lima bagian manajemen pada SKTV yang mendorong terjadinya perubahan, yaitu manajemen produksi & programming, manajemen pemasaran, manajemen keuangan, manajemen informasi dan manajemen sumber daya manusia yang saling berkaitan satu sama lainnya. *Kedua*, perubahan yang terjadi terdiri dari perubahan nama perusahaan, perubahan logo, perubahan program unggulan, perubahan jumlah jam tayang dan perubahan area jangkauan siaran. *Ketiga*, strategi yang dilakukan SKTV dalam perubahan ini adalah menjadi tv berjaringan dan lebih berorientasi pada kultur Sunda dalam program unggulannya sehingga dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat khususnya yang berada di wilayah Jawa Barat.